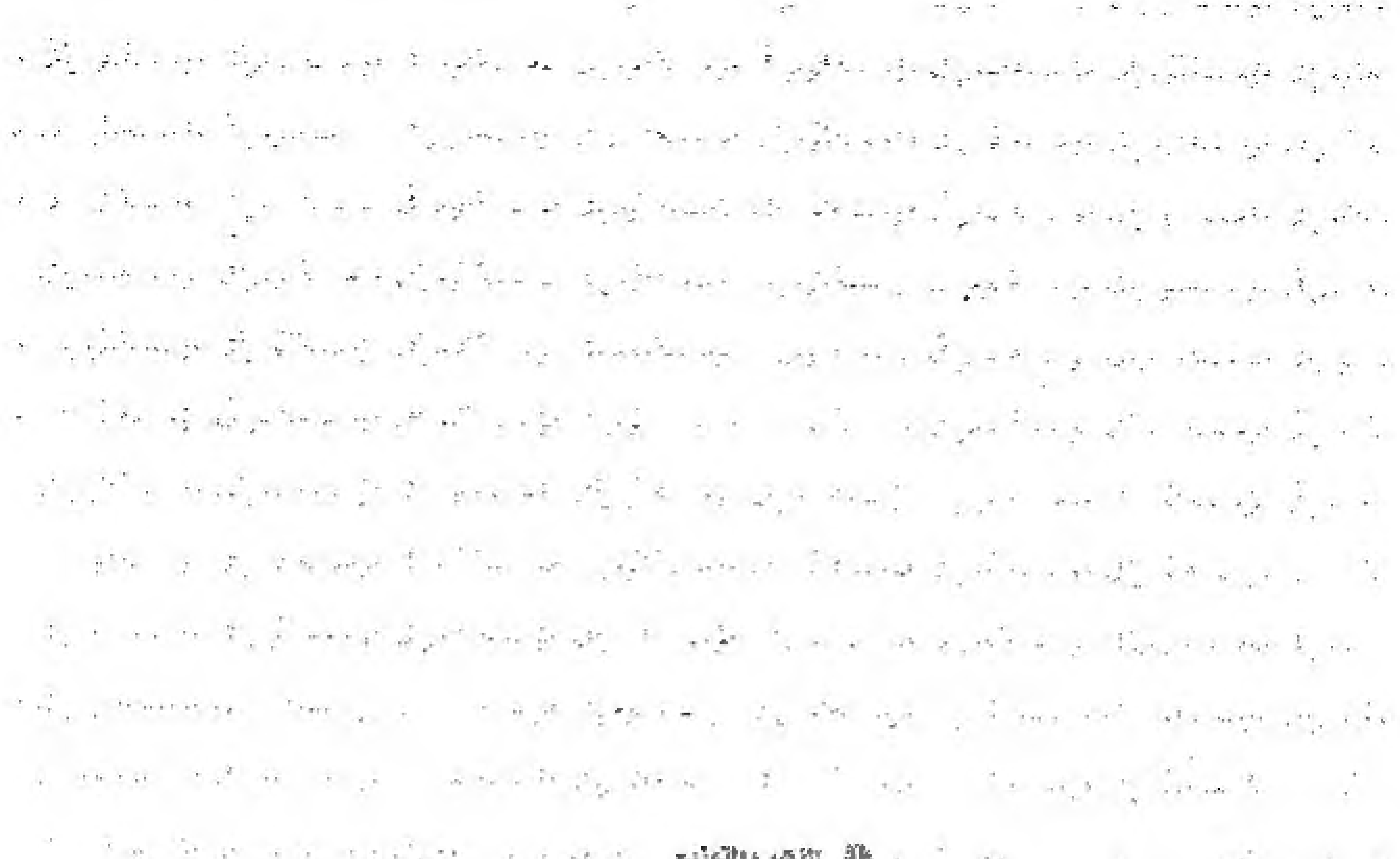
التخطيط في هيئة التحرير

الأستاذ الدكتور
عطا الله الرمحين







للنشر والتوزيع
الأوراق


للنشر والتوزيع
الوراق

التخطيط في هيئة التحرير

التخطيط في هيئة التحرير

تأليف

أ. د. عطا الله الرمحين



الطبعة الأولى

2014



٠٧٠,٤١

الرمحين ، عطا الله عسكر

التخطيط في هيئة التحرير/عطا الله عسكر الرمحين

ـ عمان مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع ، ٢٠١٣ .

(   ) ص.

ر.أ. : (٣٢٣٤ / ٩ / ٢٠١٣) .

الواصفات :/الصحافة//وسائل الإتصال الجماهيري/

تم إعداد بيانات الفهرسة والتصنيف الأولية من قبل دائرة المكتبة الوطنية

ISBN : 978 - 9957 - 33 - 370 - 6 (ردمك)



مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع

شارع الجامعة الأردنية – عمارة العساف – مقابل كلية الزراعة – تلفاكس 00962 6 5337798

ص . ب 1527 تلاع العلي – عمان 11953 الأردن

e-mail : halwaraq@hotmail.com

www.alwaraq-pub.com - info@alwaraq-pub.com

المحتويات

الصفحة	الموضوع

الموضوع	الصفحة

الموضوع	الصفحة

الموضوع	الصفحة

المدخل

هذا الكتاب المدرسي مكرس لأحدى اهم مسائل العمل في التحرير – التخطيط لنشاطه.

يفهم من التحرير هنا فريق العاملين في جهاز تحرير الجريدة، والتلفزيون والاذاعة.

ويعالج في هذا الكتاب الجزء الاهم لعمل التحرير - التخطيط لنشاطه والإبداع الصحفي، وإعداد المواد للنشر وإصدار اعداد الدوريات والبرامج التلفزيونية والاذاعية.

وتبقى الجوانب الاخرى من حياة فريف التحرير (مثلا، الجانب الاجتماعي – السيكولوجي الذي يعني التخطيط للتطوير الاجتماعي لفريق العمل) خارج حدوث تحليل المؤلف.

ان التخطيط في مجال النشاط الصحفي مشروط مباشرة بالطبيعة التخطيطية لمجتمعنا.

وكان بعض الباحثين قد اكدوا بخاصة على الدور المتنامي للتخطيط في جميع مجالات حياة المجتمع الراهنة.

وجاء في كتاباتهم، انه لأهداف الاستخدام الاكمل لحسنات وامكانات المجتمع النامي، لابد من تحسين إدراة الاقتصاد الوطني وبخاصة تعزيز التأثير الاجتماعي للتنمية:

"تحقيق الاجراءات في مجال التحسين اللاحق للتخطيط. والاخذ بالاعتبار اكثر في الخطط الاحتياجات الاجتماعية والنظر في تلبيتها مع الاستخدام الاكثر فاعلية للموارد البشرية والمادية والمالية. .. وتحسين نظام الخطط الاقتصادية المترابطة، بعيدة الامد، الخطط الخمسية والخطط السنوية.

وتحقيق التوافق الكامل بين الميدأين الفرعي والاقليمي للتخطيط والاستخدام بشكل اوسع لمنهجية البرمجة العامة...

ان اشارات الباحثين تتعلق كذلك بالصحافة العربية. ، وإن تحقيقها في الحياة يتطلب، فعلا، حساب واعتبار خصائص الشكل الخصوصي للنشاط الصحفي لتنموي. إن الصحافة – اداه هائلة في تنظيم والجماهير الشعبية وتجنيدها لتنفيذ الهدف لخطط البناء الاقتصادي والثقافي.

لكن الاستخدام الفاعل لوسائل الاعلام الجماهيري والدعاية يكون ممكنا فقط في حال التخطيط لتوظيفاتها. وهذه المنهجية يجب ان توفر القائمين على العملية الاعلامية الابداعية لعملهم ،بوصفها عناصر نظام متكامل لوسائل الاعلام الجماهيري والدعاية.

وهذا يعني بالدرجة الاولى القائمين على العملية الاعلامية "فرق التحرير المهنية" إذ يضمن جمع الاخبار الصحفية وإعدادها و توظيف كل وسائل الصحافة.

يتمتع هذا الكتاب بطبيعة جامعة. وبناء على الطبيعة الجامعة للتخطيط لعمل نظام وسائل الاعلام الجماهيري والدعاية المتوفر من قبل القائمين على العملية الاعلامية ينفذ المؤلف المعالجة متعددة الجوانب لقضايا التخطيط في الصحافة ولقد وضع امامه مهمه :

إعطاء الطلاب التصور عن كل جوانب التخطيط (خطة التحرير):

واهدافها، وتوجهاتها وطبيعتها، والعملية الملموسة في وضع الخطط، وروابطها المتبادلة، وخصائصها في الاصدارات من مختلف الانواع والاشكال والمستويات ،وعن الرقابه على تنفيذها.

ووجه اهتماما خاصا في هذه الاثناء الى إبراز دور القائمين على العملية الاعلامية لوسائل الاعلام الجماهيري، والدعاية كأهم مقدمة للنجاح في التخطيط لعمل التحرير وكرس فصل خاص لهذه المسألة من الباب الاول.

وانطلق المؤلف في هذه الفصول من آخر الدراسات الاعلامية "حول التحسين اللاحق للعمل الاعلامي – التربوي" وحول تحسين التخطيط وتقوية تأثير الآلية الاقتصادية لرفع فاعلية ونوعيتها واشياء غيرها.

في الباب الاول يلقي الضوء على المبادئ العامة للتخطيط لعمل اجهزة التحرير.

وبعدها يتم تحديد هذه الموضوعات العامة، وبعدها يتم فصل خصوصية التخطيط للتحرير المشروط بإمكانيات كل وسيلة من وسائل الاعلام الجماهيري والدعاية.

والباب المستقل، الختامي، هو باب للكشف عن جوهر واهمية تكاملية العمل الصحفي، وبخاصة، خطة التحرير. ان الطبيعة التكاملية للكتاب المدرسي مشروطة كذلك بانها تشكل عملا جماعيا لعلماء الاعلام والصحفيين والعملين في اجهزة تحرير الصحف المركزية والمجلات والتلفزيون والاذاعة.

مما سمح للمؤلف بتعميم وتحليل التجربة الرائدة الاحدث في التخطيط المتكونه من قبل اجهزة التحرير في العديد من الصحف العربية والاذاعات

والتلفزيونات، وتقديم عدد من التوصيات، والنصائح على هذا الاساس.

وخضعت المواد التي استخدمها المؤلف للمعالجة في المحاضرات التي قرأت في كلية الآداب والعلوم الانسانية- قسم الاعلام في جامعة دمشق، وايضا في المؤتمرات العلمية – التطبيقية على مستوى العالم العربي في مجال التنظيم العلمي للعمل للصحفي والعمل في اجهزة التحرير التي اقامتها كلية الاعلام في جامعة القاهرة وادارة اتحاد الصحفيين في سورية.

دون هذا الكتاب التدريسي بالتوافق مع المناهج الدراسية.

"نظرية الصحافة وتطبيقها (الدوريات المطبوعة) او (المطبوعات الدورية)" "اسس الصحافة التلفزيونية" "اسس الصحافة الاذاعية" التي تدرس في كليات الصحافة واقسامها في الجامعات العربية.

فمواده تعطي الامكانية للطلاب الدراسين لهذه المناهج في تفصيل عملهم في مجال المواضيع :

"المحرر وجهاز التحرير" (الفصل "اشكال قيادة القائمين على العملية الاعلامية ومناهجها لعمل جهاز تحرير الجريدة)، "سكرتاريا التحرير"، "اقسام التحرير"، "المراسلون الخاصون والمختصون"، "التخطيط لعمل التحرير"، "عدد الجريدة" وايضا "التلفزيون"، "البرنامج التلفزيوني"، "بنية الاذاعة في سورية وتنظيمها"، "البرمجة والتخطيط في الاذاعة"، "انواع البث الاذاعي".

ويمكن لهذا الكتاب ان يستخدم من قبل الاوساط الواسعة من العاملين في الصحافة والتلفزيون والاذاعة السورية، وفي مقدمتهم رؤساء اجهزة التحرير

واقسام التحرير، وايضا من قبل المراسلين في المحافظات، وجماعة التأليف في التحرير.

الفصل الاول

خطة التحرير - دليل العمل



الفصل الاول

خطة التحرير – دليل العمل

1- اهداف خطة التحرير:

إن تحقيق رفع المستوى الفكري واثر المواضيع الصحفية والتلفزيونية هو المهمة التي وضعتها الدراسات الاعلامية الراهنة امام وسائل الاعلام الجماهيري والدعاية.

وإن حلها بنجاح يعني زيادة القوة الفكرية والتعبوية للصحافة المكتوبة والتلفزيون والاذاعة، وتعزيز تأثيرها في تطور الاقتصاد والثقافة وفي وعي وسلوك الناس وعلى كل الحياة الاجتماعية العامة كلها.

وإن اجهزة التحرير باستخدامها ابداعيا التجربة الفنية متعددة الجوانب التي كونتها الصحافة العربية خلال سنوات كثيرة من العمل الدعائي والتنظيمي بين الجماهير وباعتمادها الدعم المستمر من الدولة لتحسين نوعية المواد في الصحف والمجلات والبرامج التلفزيونية والاذاعية وعنايتها بفاعليتها واهتمامها بها وامتلاكها بعزم الاساليب المعاصرة الحديثة تسهم في تكوين الرأي العام وتطوير العمل الابداعي لدى الكادحين.

وتظهر الممارسة أن النتائج المتحققة في هذه الاثناء كلما كانت هادفة اكثر ومبدئية اكثر ومدروسة اعمق ومخططا لوسائل الاعلام الجماهيري والدعاية بصورة ادق، كانت اكثر اهمية.

ان التخطيط في التحرير الذي يعتمد على اسس علمية بحتة، ويستجيب لمتطلبات الحياة الراهنة ويبنى على البعد والتحديث وصعوبات المهمه تمثل امام فريق العمل والمجتمع بأسره، يسمح بالعمل بانسجام مع الضروف المعاصرة دون قفزات وانقطاعات، وبالتنفيذ الفاعل للوظائف الملقاة على هذه الدورية او تلك.

إن البداية المخطط لها هي احدى العلاقات الرئيسية المميزة للمجتمع العربي الراهن

انها تميز كل مجالات عمل مؤسسات الدولة: الاقتصادية، السياسية، والعلاقات الاجتماعية، والايديولوجيا والعلم والبناء الثقافي

هل الحديث يدو حول التوجهات الاستراتيجية لتطوير البلاد او حول الخطط الاقتصادية الجارية والحملات السياسية الكبرى والبرامج الشاملة بعيدة المدى في مجال التحولات الاجتماعية والاقتصادية، او حول خطط التطوير والتحديث الاجتماعي لبعض الفرق والجماعات؟

يوضع تحديد الاساليب الاكثر فاعلية وتأثيرا، وطرق تحقيق الاهداف في المقدمة الى جانب هذه الاهداف المطروحة.

إن إعداد الخطط عملية معقدة وصعبة روضعها يجعل المسؤولية عنها عالية جدا.

"معرفة اظهار تلك الحلقات المحددة حيث مقابل الحد الادنى من النفقات يمكن الحصول على اثر اكبر واسرع، ومعرفة الاقبال إلى اية مسألة من وجهة نظر النتائج النهائية – في هذا بالذات يكمن فن التخطيط"...

لذلك يبدي القائمون على العملية الاعلامية اهتماما متزايدا برفع نوعية الخطط لانه يروا فيها الاداة الفاعلة للإدارة العملية للمجتمع.

وإن الدوسات الاعلامية الراهنة مشبعة بالاهتمام برفع مستوى التخطيط للعمل، وبتعزيز الانضباط في التخطيط.

وبالتناسب مع الافق المتنامية للبناء الاجتماعي – الاقتصادي والثقافي ومع تعزيز العمل في مجال التربية الوطنية والقومية المقدمة للجماهير الواسعة، تتزايد المتطلبات الحياتية كذلك بالتخطيط للعمل الفكري - التربوي.

عندما تكون اهداف العمل الفكري محددة، والقرارات المناسبة متخذة، تنفذ الادارة اللاحقة هذا المجال، كما في المجالات الاخرى من الحياة الاجتماعية بمساعدة برنامج عمل معد بالتفصيل.

ففيه يشار الى سبيل وتنفيذ القررات واساليبها وتحديد مواعيد تحقق النتائج المرجوة، ينتقي المنفذون الذين يستطيعون تحقيق ما اشير اليه في الواقع، وتوضع اساليب الرقابة ومتابعة التنفيذ.

يمكن مقارنة الخطة الجيدة بخارطة الطريق نحو المستقبل التي يشار فيها الى الطريق الصحيح للوصول الى الهدف المطلوب.

وإن وضع مثل هذه "الخريطة" واستخدامها المتقن يعد فنا ليس سهلا ويجب ان يمتلكه كل مبدع بما في ذلك الصحفي.

تعد الصحافة والاذاعة والتلفزيون وسائل تأثير اجتماعي جباره فكريا وتنظيميا وبامتلاكها مواقع متقدمة في مجال النشاط الفكري - التربوي تبنى كلها على اساسا تخطيطي متشدد، وإلا فلا تستطيع البقاء، لانها تتعامل مع كم هائل من المعلومات والاخبار الاجتماعية (اي تعمل على مستوى المجتمع كله) .

ولذلك القيت عليها مهمة اختيار من هذا الكم المهم والجوهري بالنسبة للقراء والمشاهدين والمستمعين، ومهمة التحليل الدقيق للحقائق والوقائع والاحداث والظواهر وتقويمها من وجهة نظر اجتماعية وشعبية عامة، وان المعالجة المهنية عالية المستوى للمواد ضرورية ايضا لجعلها سهلة الوصول وممتعة بالنسبة للجميع

ويشير الباحث الروسي ف. غ افاناسيف الى ذلك قائلا: "إن وجود مقاييس جمالية وفكرية عالية حتمي في الاعلام، وإلا فمن غير المستبعد ان يبقى المتلقي غير مبال لكن المسألة لا تنحصر في هذا فقط ان الصحافة والاذاعة والتلفزيون بتعبيرها

عن الرأي العام حيال مختلف الاحداث والظواهر والقضايا ومسائل الحياة الاجتماعية وتكوينها لهذا الرأي تقوم بدور "نظام إشارة فريد من نوعه في المجتمع (أي دليل)، وتساعد المجتمع والدولة في الوقت المناسب التغييرات الجارية في الحياة والتوجهات الملحوظة، والتحركات الجوهرية في حاجات الناس وإهتماماتهم.

وكما اشار بانكين "إن العديد من من قرارات الاجهزة الاجتماعية والحكومية الهامة اتخذت وتتخذ على اساس ما تنشره وسائل الصحافة". ((1))

وهكذا فإن وسائل الاعلام الجماهيري والدعاية ادخلت مباشرة في نظام الإدارة العلمية للمجتمع الانساني المتطور.

إن المهمة الاجتماعية العالية لهذه الدرجة تفرض على كل صحيفة او مجلة او استوديو اذاعي او تلفزيوني تركيز الجهود على التوجهات الرئيسية للسياسة الراهنة، وأن تكون المبشر بها والمعلن عنها، والداعي لها، ومنفذها في وقت واحد وان تصبح نماذج العقائدية، والتنظيمية، والعلمية، والدقة، والمصداقية نشاطا لها.

وباسم تحقيق هذه المؤشرات النوعية يحدث التخطيط للتحرير الذي يعد قاعدة اساسية لنشاط فريق التحرير عموما، وللعمل الفردي (الشخصي) للصحفي، ولأي عامل في التحرير خصوصا.

ماذا نفهم من خطة التحرير؟ يشار بهذا المصطلح الى برنامج إعداد المواد الصحفية (البرامج الاذاعية والتلفزيونية) المترابطة الموحدة في الهدف العام.

وايضا توفير الاجراءات التنظيمية التي تضمن نشرها لفترى زمنية معينة.

ان خطة التحرير تحدد مواعيد المنشورات وتتابعها والمنفذين المسؤولين.

إن الاعتماد اليومي على الخطة (خطة التحرير) المدروسة جيدا وذات الجوانب المتعددة والخاضعة للتدقيق والتعديل إن تطلبت ذلك الظروف المتغيرة هو الشرط الاساسي والرئيس الاول للتنظيم العلمي للعمل الحقيقي في كل فريق

صحفي. إن التخطيط الدقيق إن لم يخلص بشكل كامل من عناصر المصادفة في العمل، فإنه يقلص احتمال حدوثها في حده الادنى.

ويساعد على رؤية "تاريخ العصر" وإظهاره في المستقبل عملية التطور المتقدم للمجتمع.

وهكذا فالخطة هي برنامج اعمال محدد ملموس يعكس نهج هذا الاصدار او ذاك بحد اقصى من الكمال وموقفه المبدئي والمنطقي في العمل متنوع الاشكال للمنظمات الاجتماعية في مجال تحويل الحياة على اساس عصري.

نتوجه مثلا، الى التجربة المطبوعة الدروبية في مجال معالجة الموضوع الاقتصادي. ان العمل التنظيمي السياسي العام لاجهزة تحرير الصحف يخطط له مع ذلك التقدير كي يساعد بجميع الوسائل على تطوير النضال الفاعل في سبيل زيادة فاعلية الانتاج او تسريع العملية العلمية - التكنولوجية، وتحسين المؤشرات النوعية والكمية.

ان تقديم مواد اكثر نوعية افضل مع نفقات اقل هو التوجه الاساسي للمنشورات الذي يعطي الاولوية في خطط التحرير.

ويخطط لإضاءة مسائل المنافسة الحرة، وبخاصة، ضمان العلانية واعلان النتائج التي حققها المتنافسون والحديث عن ابطال العمل واختيار الاساليب والطرق الاكثر تأثيرا في الكشف عن التجربة الرائدة في هذا النطاق.

وتحدد في الوقت ذات حجلة المؤلفين القادرين على لاكتشاف من صلب المشكلة بأهداف واهلية القضية ومعرفتها، وعلى تكوين صور رواد الانتاج، وتشترط ايضا الاشكال المناسبة لخصوصية الاصدار في الرقابة الاجتماعية على سير تنفيذ الخطط المقابلة والالتزامات الواضحة كميسرة التحديث والتطوير.

وقد اكتسبت اجهزة التحرير خبرة كبيرة ومتعددة الجوانب في مجال التخطيط اثناء المناقشة الشعبية العامة لموضوعات هامة في الحياة الاجتماعية، والسياسية، والثقافية في البلد.

وقبل ذلك بكثير، عندما ظهرت لتوها الانباء الرسمية عن انتهاء العمل من إعداد مشروع القانون الاساسي للعاملين في الدولة حدد برنامج العمل الاعلامي الدعائي والتنظيمي حول الوثيقة. من حيث تحليل الضروف التي استدعت ظهورها، وعرض الديمقراطية في تطورها، وتجربة الشعب التاريخية الفريدة التي انعكست في مجموعة من القوانين الاساسية في البلاد، والكشف متعدد الجوانب عن اهميته، وتنظيم نقاش عملي بناء حول كل مادة، والاخذ بالاعتبار لآراء كل الشرائح، اي توفير المناقشة متعددة الجوانب، هذه هي الاتجاهات الاكثر اهمية التي كان من الضروري عدها والاخذ بها في خطط التحرير.

وكان لابد من ربطها بإضاءة الشؤون العادية اليومية، وعرض المدى للنشاط العملي والسياسي الاجتماعي للناس.

وإن استطاعت وسائل الاعلام الجماهيري والدعاية في هذه المرحلة المهمه ان تعرض المكتسبات التاريخية للشعب السوري بصورة مقنعة وان تصبح المعبر الحقيقي عن التجربة العملية والمعارف، والطاقة السياسية والعملية والفكرية لدى ملايين العرب السوريين، فإن من بين العوامل الاساسية التي ساعدت على هذا النجاح ذكر التخطيط المتقن لهذه الحملة الاجتماعية السياسية الهائلة.

ان الدور الرائد والموجه هنا - وفي الامثلة الاخرى – على الاستخدام الهادف لإمكانيات الصحافة والتلفزيون والاذاعة الدعائية الاعلامية والتنظيمية يعود الى القائمين على العملية الاعلامية. وهذا امر طبيعي، ذلك لا "فاعلية العمل الفكري التربوي والاعلامي عموما ترجع الى من يخطط له وينظمه ويراقبه". ((2)).

2. القيادة في العمل الصحفي للتخطيط في التحرير :

يكمن معنى القيادة للصحافة في توجيهها اليومي الدقيق في عملها لتحقيق المستوى التأثيري الفكري العالي لمنشوراتها.

وان هذه هي السمه الاهم للصحافة الوطنية التي تعد جزءا لا يتجزاء من الشأن الاجتماعي العام.

فالحياة تثري باستمرار ودون انقطاع هذا المجال من الممارسة الاعلامية، وتنشئ اشكالا جديدة واساليب اخرى للقيادة في العمل الصحفي، لكن موضوعاتها واهدافها الاساسية تبقى دون تغير إن القائمين على العملية الاعلامية يعدون التوجهات الاساسية لنشاط الصحيفة وعملها والاذاعة والتلفزيون، كما يساعدون في تنفيذها الناجح، وفي رفع دور وسائل وتأثيرها الاعلام الجماهيري والدعاية.

وبما ان هذا هو الاهم، فقد جاء في كثير من التوصيات "حول الصحافة" أن على القائمين على العملية الاعلامية إعطاء المؤسسات الصحفية إرشادات سياسية عامة ومراقبة تنفيذها دون التدخل في صغائر الامور من عمل المؤسسة الصحفية اليومي.

وقد دققت وحددت هذه المطالب وطورت فيما بعد في عدد من المنشورات الاعلامية. وجاء في احدها "حول الصحافة الدورية" "اعطاء المؤسسات الصحفية بانتظام ارشادات وتعليمات في مجال اهم المسائل – السياسية والثقافية.

ويجب ان تتمتع المؤسسات الصحفية وضمن حدود هذه التعليمات باستقلالية عمل واسعة في عملها اليومي، منفذه باستقلالية تامة الالتزامات التي تقع عاتقها".((3))

وفي نفس الوقت كشف عن مضامين "حول خطة الصحف المحلية" التي تضمن توصيات محددة في مجال قضايا التخطيط للصحافة المحلية.

وجاء في وثائق كثيرة للدولة رفع دور صحف المناطق في التربية الوطنية والقومية للجماهير وانه يجب على القائمين على العملية الاعلامية "النظر بانتظام في خطط مؤسسات التحرير، والاستماع لتقارير رؤساء التحرير والاقسام، واعلام العاملين في التحرير بقرارات الدولة، وتقديم النصائح والتوصيات في مجال التوجهات الاساسية لعمل الصحف دون السماح لوصاية صغيرة".

وفي سبيل التخطيط الامثل (اي المتناسب مع المتطلبات والمهام المعاصرة) في التحرير يكون نظام اعلام جماعات التحرير المدروس والموضوع بشكل محكم مهما بشكل خاص، وضروريا ايضا في التنسيق الدقيق لعملها، فيوجه الجريدة الى عدم نسخ المادة الصادرة او تكرارها على الهواء، وعلى شاشة التلفاز في حال وجود وسائل اعلام جماهيري اخرى وذلك لإغنائها بخبرات جديدة، وبحلول اخرى للمشكلة.

وإن القائمين على العملية الاعلامية يكونون هذه الحالة بمنزلة المصدر الاساسي للاخبار السياسية والمنظم للافعال والاعمال المنسقة.

فالقائمون مع العملية الاعلامية يقودون مباشرة نشاط وسائل الاعلام الجماهيري والدعاية.

فللنقد والارشاد اهمية كبيرة في حل القضايا المرتبطة بمشاركة الصحافة والتلفاز والاذاعة في البناء الاقتصادي والثقافي، وفي تربية الجماهير تربية وطنية قومية.

وإن الموضوعات المبدئية التي تحدد طبيعة مضمونه واشكاله واساليبه المشتركة بين الصحافة والتلفاز والاذاعة موجودة في كثير من وثائق الدولة. لقد

قدرت ايجابيا تجربة الخبراء الاعلاميين فيه التي تساعد جماعات التحرير في مجال وضع الاتجاهات الاساسية وتحديدها للعمل، وتنظيم التنسيق الدقيق والواضح لنشاطها واعلام الصحفيين.

اضافة الى ذلك فقد اقترحت بعض الدراسات الاعلامية تنفيذ برنامج عمل واسع في مجال التحسين اللاحق لنظام القيادة في المؤسسات الاعلامية لوسائل الاعلام الجماهيري والدعاية.

وتعد الافكار والاقتراحات والمتطلبات والموضوعات ذات اهمية خاصة بالنسبة لكل ممارسة للقيادة في المؤسسات الاعلامية لوسائل الاعلام الجماهيري والدعاية.

من اجل ضمان المستوى العملي العالي للاعلام والدعاية، وتعزيز العمل فيها وتدقيقها، والارتباط بالواقع، وبحل المسائل الاقتصادية والسياسية، وتطوير الطبيعة الحضارية.

هذه المهام الاكثر حيوية للعمل السياسي التربوي الذي لا بد من تركيز الاهتمام عليه.

الدراسات الاعلامية المشار اليها تحدد الفترات الزمنية لنشاط القائمين على العملية الاعلامية وكذلك الحياة الفكرية – الابداعية لجماعات التحرير، وهي تعلم التركيز على الرئيس منها، وتحذر من البلبلة، وتساعد على القيام بالبحث الصحفي الجماعي المنهجي.

وهكذا تعد قيادة وسائل الاعلام الجماهيري والدعاية واجبا من واجبات العمل الاعلامي الفعال وموضوعا لاهتمامها اليومي.

وضمان التوجه السياسي الواضح وتأثير فاعلية صفحات الصحف والبرامج الاذاعية، والتلفازية، وتقديم المساعدة لأجهزة التحرير في انتقاء المؤلفين،

ومراقبة تنفيذ الخطط في التحرير، تلك هي التوجهات الرئيسية لهذا العمل المتنوع والمسؤول في آن معا.

ترجع للقيادة في المؤسسات الاعلامية الى درجة كبيرة كل حياة الفريق الصحفي الفكري الابداعية بصورة كبيرة، بما فيها – التخطيط لنشاطه وعمله. فالنصائح العملية، والتوصيات والارشادات هي المحفزات الهامة في عمل التحرير.

وان برنامج العمل يعد الوثيقة الاساسية عند إعداد هيئة التحرير لخطة عملها. وتضبط معا الاهمية العملية لمنشورات الجريدة القادمة عندما تناقش خطة التحرير، او تدقق خلال عملية التواصلات اليومية بين السكرتيرين وغيرهم من العاملين المسؤولين مع رئيس التحرير والعاملين في جهازه.

وكما اشرنا، فإن النوعية العالية لخطة التحرير تضمن بسبب النظام المدروس للاعلام.

فتقيم اللجان الحزبية لهذا الهدف دورات توعية وارشاد وندوات ومؤتمرات صحفية للصحفيين، وإن المناقشات خلال جلسات القائمين على العملية الاعلامية لاكثر المنشورات اهمية تتمتع باهمية كبيرة، وبخاصة تلك المنشورات ذات الطابع العملي.

وإن المخططين للاعلام يدعون دائما الصحفيين الى رفع دور الصحافة في تطوير النقد والنقد الذاتي، والى تقديم الدعم المناسب ومتعدد الجوانب للمقالات المبدئية التي تنشر في الصحافة، والى تربية امكانية التقدير الصحيح لدى الناس للنقد واستخلاص الاستنتاجات الضرورية منه.

وهكذا فإن القيادة في العمل الاعلامي للتخطيط في التحرير تعد جزءا عضويا لعمل المجتمع المعقد ومتعدد الجوانب، وفي مجال التعزيز التأثير السياسي الثقافي في مجالات الحياة الاجتماعية كلها بمساعدة، وسائل الاعلام الجماهيري والدعاية.

3ـ مبادئ التخطيط في التحرير :

نتوقف الان بتفصيل اكثر بعض الشي عند مبادئ التخطيطي في التحرير - اعني الفكر الاساسية الاصلية والموضوعات التي ان نقلت الى مجال الممارسة التحريرية المميزة وفرت التنفيذ الناجح للخطة وتحقق نتائجها العملية.

وينبغي عد الاتي من المبادئ الاساسية:

- الطريقة المنتظمة في التخطيطي
- اقتران المستقبلية بالفاعلية السريعة
- التكاملية
- الاسلوب المبرمج – الهادف
- المرونة، والليونة في الخطط
- اخذ العلاقة المباشرة والعكسية بعين الاعتبار ((4))

ان خطة التحرير – بعدها متكاملة وبرنامج عمل – تتالف من عدد من المواضيع والقضايا والمنشورات والاجراءات الموزعة حسب مواعيد إعدادها والمنفذين وغيرهم.

انها النظام المدروس للعناصر المترابطة التي تشتمل جوانب العمل في التحرير، والموجه الى تصوير اهم جوانب الحياة الاجتماعية وانعكاسها والذي يساعد على حل جملة من المسائل التي تحددها هئية التحرير.

الطريقة المنتظمة ضرورية قبل كل شي لضمان التتابع والانسجام وعدم الانقطاع في عمل التحرير.

ودونها لا يمكن التفكير بالتوظيف المنظم وعالي الفاعلية علميا لأية وسيلة من وسائل الاعلام الجماهيري والدعاية.

إن عدم التقدير التام للطريقة المنظمة، يؤدي الى سقوط ظواهر وعمليات اجتماعية هامه، تتطلب تحليلا سريها ومعمقا، وتقديرا موضوعيا مبدئيا، من مجال رؤية التحرير.

وهذا ما يفسر عدم الاستواء في معالجة الموضوع الهام، ونقص الوضوح في حل المواضيع الحيوية.

إن تجربة "تشرين" التي تتابع بمدئية ودراسة مواضيع الحياة الاجتماعية و"البناء التنموي" – تضيء من عدد الى اخر على قضية علاقة العلم بالانتاج وغيرهما الكثير من الصحف والمجلات واجهزة تحرير الاذاعة والتلفاز تشهد بصورة مقنعة على أن الاستخدام الواسع للطريقة المنظمة في ممارسة التخطيط للتحرير تزيد كثيرا من فاعلية الخطة ونوعيتها.

والمبدأ الثاني الذي لا يقل اهمية ينحصر باقتران التخطيط طويل الامد والتخطيط قصير الامد، ومستقبلية الخطة وسرعة تنفيذها.

إن هذا المبدأ مرتبط باستقصاءات الاشكال التحريرية (الصحفية) لإضاءة المسائل والقضايا الجارية والمستقبلية.

وتم التاكيد في كثير من الدراسات الاعلامية الراهنة على ضرورة "تحسين نظام الخطط الاقتصادية المترابطة – طويلة الامد والخطط الخمسية والخطط السنوية".

ان الخطة المستقبلية تساعد على الرؤية الافضل للاهداف الاساسية والمهام الرئيسية، وعلى تركيز قوة العاملين في التحرير وكادر المؤلفين على التوجيهات الرئيسة وعلى مراكز البناء الاقتصادي والثقافي.

وإن الخطة المستقبلية تقترن بالخطة الجارية في سبيل عدم ضياع الهدف الرئيسي والحفاظ على انتظام العمل وعلى الاستخلاف في تطوير المواضيع.

وتحدد طبيعة التخطيط في التحرير في كثير من جوانبها بمبدا الكمالية. ويمكن على اساس هذا المبدأ- السعي لشمول الخطة في تحرير المواضيع والقضايا الهامه كلها والاخذ بالاعتبار العوامل التي تشترط تطوير العمليات الاجتماعية كلها ويحدد هذا المبدا مستوى تنظيم العمل وفاعليتها في التحرير بشكل عام، ومحل كل صحفي بمفرده، ونؤكد ذلك بالمثال الاتي:

تظهر وسائل الاعلام الجماهيري والدعاية في جهورية مصر العربية الإنفتاح والمنافسة والتجربة الايجابية للاسلوب الجماعي في اضاءة مسائل متنوعة، وقد اجرت اجهزة تحرير الاصدارات الصحفية في الجمهورية تخصيصا فريدا من نوعه في مجال اضاءة (تغطية) موضوع الانفتاح والمنافسة.

اذ تطرح الجريدة القاهرية (الاهرام) مسائل رفع نوعية (جودة) الادارة والعمل على مختلف المستويات للعمل الاقتصادي وتنشغل جريدة

الجمهورية "بقضية المكننة، واهمية تطويرها، والصحيفة الحزبية "الاهالي" تكتب عن الاثر الذي يتركه الانفتاح والمنافسة الحرة على تكوين وعي الشبان.

ووجهت مجلة "آخر ساعة" الاهتمام الى الجوانب الاخلاقية للمنافسة الحرة والانفتاح.

وهكذا، فان نظام الصحافة كله في الجمهورية يضيء بصورة هادفة ومبدئية كل الجوانب الهامة والاهم في تنظيم المنافسة الحرة والانفتاح بين عمال مصر العربية.

ويستخدم الاسلوب المبرمج – الهادف للتخطيط في تلك الحالات عندما تعول هئية التحرير على افعال كبيرة:

فتجري حملة طويلة الامد، واتخذ موضوعا اقتصاديا هاما وتضعه نصب العين الصحفية، وتدير حوارا حول قضية هامه، اقتصادية كانت او فكرية.

مثال، ان جهاز تحرير صحيفة "الثورة السورية" يضيئ من سنوات عديدة ومن عدد الى عدد – المسائل المرتبطة بتحسين انتاج السلع الاستهلاكية الواسعة الانتشار.

وبما ان هذا الموضوع متعدد الجوانب ومرتبط مباشرة بالامور الاجتماعية والاقتصادية والاخلاقية والجمالية، فقد طلبت وضع ذلك البرنامج (الخطه) الذي اصبح برنامجا بعيد المدى لكل اقسام التحرير التي تغطي حياة البلاد الداخلية. إن مبدأ التخطيط المبرمج - الهادف يستخدم في السنوات الاخيرة بشكل واسع في التعامل بين هئيات التحرير سامحا بذلك بتوحيد جهود بعض الجماعات الصحفية وتنسيقهم من خلال ذلك.

والمثال على ذلك هو الحملة طويلة الامد في مجال تغطية المناقشة الحرة بين رجال الاعمال، وتقوم بها عدة صحف في الوطن العربي: "الاهرام" و "الراي العام" و "الشعب" و "تشرين".

تمتاز الحياة الاجتماعية المعاصرة بالدينامية وبسرعة تغير الحالات، وبنشوء مشاكل جديدة، وبالتغير المفاجئ للمسائل المعتادة.

إن كل هذة العوامل يجب اخذها بالحسبان خلال التخطيط في التحرير. ونضمن اضاءة فاعلية الخطة ومرونتها.

لقد تغيرت الحالات ونشأت اسس مقنعة لصلاحية هذة الطريقة او تلك في اضاءة المسألة، في مواعيد القيام بحملة الجريدة وغيرها.

ويبدا العمل بالشكل الاخر المعد مسبقا للعمل.

ويتم ضمان مرونة الخطط بالحركية البنيوية التنظيمية لحلقات جهاز التحرير واقسامه.

تشكل جماعات خاصة من العاملين في مختلف الاقسام في مرحلة الاستعداد للاحداث الاجتماعية- السياسية الاكثر في هيئات التحرير لكثير من الصحف وبخاصة المركزية ذلك في سبيل ايجاد الطرق الضرورية لحل القضية، ولوضع خطة لتغطيتها

وطلبت ايضا ضرورة ضمان فاعلية التخطيط في التحرير الحسبان الدقيق لمصالح جماهير القراء والمشاهدين والمستمعين ومتطلباتهم، ولارائهم حول ما ينشر في الصحافة.

وجاء التأكيد في بعض الدراسات الاعلامية على ان "دراسة الراي العام تستحق الاهتمام الكبير"((5)) وان اهتمام القراء ومصالحهم تشكل ايضا احد مصادر تكوين الراي العام.

ان تحسين الية "العلاقة العكسية": القارئ"(المشاهد، المستمع) – التحرير – يعطي امكانية تحديد مستوى متطلبات الجمهور من وسائل الاعلام الجماهيري والدعاية، اقصد:

الحصول على تلك الصفات النوعية التي لولا معرفتها لما بقي التخطيط ناجحا. وإن التحليل المنتظم لبريد التحليل، ونشاط الاستقبالات الاجتماعية، وتنظيم المؤتمرات للقراء والمشاهدين، والقيام بدراسات اجتماعية - سياسية محددة، واستخدام الجاهزية المختبرة بالممارسة، والاشكال الجديدة للعمل الجماهيري، كل هذا يسمح باظهار العلاقة او موقف القراء من الصحيفة.

والمعطيات التي حصل عليها بالنتيجة، تشهد على المتطلبات المتنامية بلا انقطاع عند القراء والمشاهدين والمستمعين من الجانب الفكري المضموني للمواد الصحفية والاذاعية والتلفازية، او من مستواها الادبي.

ان كل هذا يجب ان يؤخذ بالحسبان اثناء عملية التخطيط في التحرير.

ان اهمية "العلاقس العكيسة "الجيدة تنحصر بهذا الشكل، في انها تعد اداة بيد فريق التحرير لمراجعة الذات والراقابة الذاتية لنتائج عمله.

وتعد تجربة صحيفة "الاهرام" المصرية ارشادية في هذا المجال. فان "السبر" الذي اجراته الجريدة لاراء القراء اظهر انها تهمل عدد من المسائل الهامة، وأن مواضيعها المعتمدة على الاهتمام الخاص تبدو احيانا غير ملحوظة.

وإن البحث عن اسباب هذا الامر ادى الى الاستنتاج ان الاسلوب المنتظم والتكاملي في اضاءة المسائل الاكثر اهمية يغيب عن الصحيفة.

فوضعت الجريدة خططا فعلية للمواضيع التي اخذت فيها على ما يبدو بالمسائل الحيوية.

لكن موعد إعداد الخطة الجديد اقترب، ونشات مسائل مستعجلة اخرى وعدد من المواضيع الاساسية المشار اليها سابقا غابت عن بال هيئة التحرير. تذكروها بعد مضي بعض من الوقت، واسرعوا الى طرحها على صفحات الجريدة. لكن الحلقة كانت قد انقطعت، واهتمام القارئ لم يعد مركزا.

هكذا ظهرا الحاجة الى تنظيم التخطيط المستقبلي.

لقد اعطت "العلاقة العكسية" درسا لفريق التحرير كله فظهرت في الوقت ذاته للصحفيين اهمية متابعة الذات والمراقبة الذاتية لنتائج العمل الذاتي.

وهكذا الى التنظيم (الانتظام) والكمالية، والعلاقة العقلانية الراهنة والافاق، والمرونة واللدانه، والعلاقة العكسية الدينامية، هذه هي العناصر الاساسية التي تشكل الاساس (القاعدة) المنهجي والعملي للتخطيط.

ولابد من اضافة اليها عدد من الامور الثانية اليها منها، مثلا: خصوصية فريق التحرير واقسامه، وايضا الإمكانيات والتجارب ومستوى المهارة المهنية لكل عامل في التحرير.

وإن اهم التوجهات الرائدة في تطوير المجتمع العربي هي غرس البدايات الجماعية بعمق اكبر في مجال الممارسة الاجتماعية جميعها.

ويتعلق هذا كله كذلك بالصحافة الوطنية ومجالاتها.

إن نجاح دفاعية العمل الصحفي يعود في كثير من جوانبه الى القدرة الابداعية العامة لدى فريق التحرير كله، والى الوضع(الاجراء) الذي احدثت فيه وما التوافق والتنسيق والوضوح في العمل واجواء الثقة والتعاون المتبادل والنيات الطيبة، والحس بالمسؤولية إلا بعض صفات الروح الجماعسة الحقيقية المدعوة الى تعزيز وحدة العاملين في التحرير الفكرية - النفسية. لذلك يسعون عند وضع خطة العمل للاخذ بالاعتبار لهذة العوامل.

إن جهاز التحرير هو التعاون الفكري والابداعي والاتحاد بين الصحفيين المحترفين.

ولدى كل واحد منهم اهتماماته، وميوله، وخبراته، واساليبه الخاصة في مجال الحصول على المعلومات ومعالجتها.

وإن اعتبار هذة الامور يكون ضروريا، بالطبع، خلال التخطيط للتحرير. كذلك خلال عملية تنفيذ الخطط ياخذون بالاعتبار – عادة في هذه الاثناء – سعة اهتمامات العاملين والاهلية في هذه المسائل او تلك، او وحدة النظر الاجتماعية وشجاعتة وإصراره، وقدرته على ايصال العمل الذي بدأه حتى النهاية، والقدرة على العمل بسرعة، والخبرات التنظيمية.

إلا أن الدور الاساسي في الصراع يعود الى القناعة الفكرية لدى الصحفي والى صفاته العملية في سبيل تنفيذ الخطة.

القناعة الفكرية تسمح للصحفي الاسترشاد من موقع المثل الوطنية في البحر الذي لا نهاية له من الظواهر والاحداث، والحقائق، والوقائع، واتخاذ الموقف المبدئي من كل حالة معينة على حدة.

ويقدر الشعب عاليا شعور الصحفيين بالجديد "التمتع بالشعور الجيد يضيئ رؤية آفاق التطور والتطلع الى المستقبل وايجاد السبل الانجع لحو حل المسائل الناشئة.((6))

والان عندما تحدث في الحياة الاجتماعية والانتاج متغيرات سريعة وعميقة، إن هذه الصفة تكتسب اهمية خاصة.

ولا تقل العملية (الاهتمام بالعمل) اهمية لدى الصحفي. من انضم الى صفوف الصحفيين المناضلين عن وعي إن تنفيذ هذه المهمة الاجتماعية العالية من جهته – مرتبط بالعمل الدؤوب والهادف والمنظم والفاعل، العمل الذي فيه كل دقيقة تستغل لتحقيق الاهداف المرسومة، والذي يتطلب من الانسان التوفير العالي الدائم لقواه : الفكرية، والاخلاقية، والروحية والجسدية.

وتعد وسائل الاعلام الجماهيري والدعاية للحلقات السريعة والجندة اكثر في نظام القيادة في المؤسسات الاعلامية، وادارة المجتمع النامي – في مقدمة مواقع النضال في سبيل انتصار المثل الوطنية.

ويعد التخطيط المبني على اسس علمية احد اهم الشروط للتنفيذ الناجح للصحافة والتلفاز والاذاعة لمهامهم الاجتماعية، وللقيام بوظائفهم.

في ظروف المعاصرة، تؤكد بعض الدراسات الاعلامية على أن تكون الموضوعية الوطنية اكثر حيوية من اي وقت مضى لانها متعلقة بأمن الدولة والوطن، فهي قوية بوعي الجماهير، وهي قوية عندما تعرف الجماهير كل شيء، وتستطيع أن تحكم على كل شيء، وتسعى الى كل شيء بوعي.

وفي هذا المعنى تلعب وسائل الاعلام الجماهيري والدعاية – استثنائيا – الدور الهام، وهي التي تضمن اعلام السكان بجملة واسعة من القضايا التي تهمهم، وتوضيح فهمها الصحيح.

وعلى الصحافة والتلفاز والاذاعة والدعاية الشفهية والتحريض ان تساعد بدرجة اكبر ايضا الانسان العربي على الاستقلال جيدا في الحياة الداخلية في الاحداث الدولية، وأن تستدعي السعي إلى تقديم إسهام كبير في العمل العام، وفي بناء مستقبل الوطن.

الفصل الثاني

نظام خطط التحرير



الفصل الثاني

نظام خطط التحرير

ان مبادئ التخطيط المنهجي مثبتة بكل جوانبها في الوثائق والدراسات الاعلامية.

انها جميعها تعود وتنسحب على الصحافة ايضا. وبتحديدها في الشكل الخاص بالصحافة تدل على:

اولا: الطريقة المنتظمة في العمل. ((7))

وثانيا: التوافق المتقن بين التخطيط بيعد المدى والجاري السريع.

ثالثا: تحسين التخطيط، اي رفع مستوى فاعلية التخطيط كأداة للادارة الفاعلة.

إن مختلف الاجهزة الصحفية تختار طرقا معينة للتنفيذ الفعلي والعملي لهذه المهام.

بيد انه مع الاعتراف بحق كل جهاز تحرير بامتلاك انواع الخطط التي تستجيب بافضل شكل لضروف عملها، يمكن إبراز التوجهات الايجابية العامة في مجال التخطيط للعمل في الصحافة.

وتؤدي هذه التوجهات الى تعزيز الطبيعة التكاملية للخطة.

ومن بين هذه التوجهات:

- الرابطة الوثيقة المتزايدة بين خطط التحرير وبين خطط العمل وارشادات القائمين على العملية الاعلامية وقراراتهم تكون الصحف لسان حالهم.
- التأكيد على التخطيط كعملية مستمرة تشمل حلقات جهاز التحرير كلها، وكل مراحل عمله الابداعي جميعها.

- التنسيق في اطر نظام واحد بين التخطيط طويل الامد وقصير الامد والموجه، وبين التخطيط المواضيعي (التخطيط للمواضيع).
- إبراز اشكال الخطط الرئيسية والرائدة والمساعدة التي تضمن تنفيذ الخطط الاساسية.
- الطبيعة المتوازنة والواقعية والفاعلية للتخطيط.

لننظر في نظام خطط التحرير، وكيف تقدم من وجهه نظر التجربة الطويلة والممارسة الحالية للصحافة.

إن اي نظام هو في الوقت نفسه التقسيم بين مختلف الحلقات والرابطة المتبادلة فيما بينها. وفي مخطط الخطة العامة للتحرير يشار بوضوح الى مؤشرين اثنين، إن صورنا النظام كنوع من الغرافيك، يمكن عرضها بخطوط عمودية وافقية: الفصل من حيث المضمون الخاص بالخطط ومن حيث زمن عملها (العناصر المساعدة في خطط التحرير يمكن تصنيفها ايضا حسب القائم بالتخطيط، اي حسب ذلك الذي يضعها).

وبالطبع، وككل مخطط ان هذا التقسيم يكون شرطيا جدا:

الاول يحدد بالآخر، والجانبان مرتبطان ارتباطا وثيقا وهما في الواقع والعمل يكونا وحدة عضوية.

أ- الخطة بعيدة المدى لتطوير الجريدة:

قبل النظر في جلة الخطط التي تحدد مضمون الاصدار (المطبوعة) والعمل الابداعي لجهاز تحريرها، لابد من التحدث عن الحلقة الاولى والاوسع لخطة التحرير كخطة بعيدة المدى لتطوير الجريدة.

والحديث يدور هنا عمليا عن الخطة الخمسية التي تشمل جوانب عمل المطبوعة الاساسية كلها. .

ويمكن أن تدخل في خطة التطوير اربع اتجهات رئيسة: ((8))

أ. تغيير الصحيفة نفسها – حجمها وانموذجها بعيد المدى.

ب- تغيير جمهور القرار الذي يشترط عدد النسخ التي ستصدر بها الجريدة ولأي قارئ موجهه، وإلى اي نوع من المشتركين ستسعى لجذبه اليها.

ويتضمن هذا نظام دراسة اهتمامات القراء والاجراءات التي تسمح بتحقيق الهدف المرسوم بنجاح.

ج- تغيير جهاز التحرير وعادة تشكيله وبالتالي تحوير الحاجة للكوادر الصحفية وسبل اعدادها.

د- ضمان تطوير الجريدة ماديا وتكنولوجيا.

نتوقف بتفصيل اكثر واوسع عند كل اتجاه من هذه الاتجاهات.

- **وجه الجريدة:**

إن عدد نسخ اكثرية الصحف المركزية قد وصل الى مستوى محدد "البعث" تصدر بخمسين الف نسخة و"تشرين" اربعين الى خمسين الف نسخة، و "الثورة" بخمس وثلاثين الى اربعين الف يبد انه لا يجوز الاكتفاء في الوقت الراهن والضروف الحالية بالزيادة من حيث الكم فقط.

إن نشاط الدولة متعدد الجوانب والفاعل والمثمر يتطلب توسيع المعلومة ذات الخصوصية الهامة للنشر في الصحافة، إن كانت حول مواضيع داخلية او دولية.

وإن حجم المواد ذات الطابع الضروري الالزامي والرسمي يزداد.

وكلما ازادت كثيرا المتطلبات من مضمون الجريدة، ويتعلق هذا بشكل خص بتغطية الحياة الحزبية، وقضايا الادارة، وزيادة الانتاج، ونوعية العمالة

والعملية العلمية التقنية والمناقشة الحرة، والعمل الايدولوجي والفكري التربوي.

ولا بد ايضا من تعزيز الكثافة الاخبارية في صفحة الجريدة، وفي مقدمتها، على حساب الاخبار السياسية.

ويتطلب حل المسائل في الجريدة الاكثر تعقيدا احيانا تغييرا جوهريا في وجه الجريدة، واحداث "انموذج" جديد بعيد المدى يتضمن عددا من العناصر الهامة جدا. ماذا يعني مفهوم "الموديل بعيد المدى"؟

اولا - التركيب النمطي لمواضيع الجريدة من حيث محرروها بشكل عام، والاقسام الاساية وصولا الى العدد وحده

ثانيا - مخطط توزيع المواد على الصفحات

إن كل جهاز تحرير ينطلق من ظروف عمله الخاص ، ويحاول ايجاد الشكل الامثل لاستغلال المساحة في الجريدة. لنقل الصفحة الثانية "الثورة" تنشر على الاغلب مواد عن الحياة الداخلية، وعن البناء التنموي وعن قضايا الحية الاجتماعية والصفحة الثانية من صحيفة "تشرين" مخصصة للمواضيع الداخلية الخاصة والاقتصاد وما شابه.

ثالثا - إن هذا النظام للعناوين الثابتة الذي يعطي التوجه المعروف لإعداد المواد، يجدد ترابطها المتبادل على صفحة الجريدة.

رابعا - واخيرا، ان مبادى الشكل (form) والهيكل للجريدة التي يحددها كل جهاز تحرير" ينطلق من مهمامه واهتماماته الخاصة.

وليس مصادفه عندما تنظر الى اية صفحة جريدة يمكنك القول دون ان تخطئ الى اية مطبوعات تعود هذه الصفحة.

كل هذه هي العناصر التي لا تستطيع التبدل كثيرا والا فقدت الجريدة وجهها، وبالتالي، عندما يدور الحديث عن التحديث، فإن المرحلة الطويلة لعمل النظام حتمية، وإن إحداث شكل جديد للمطبوعة من الافضل ان يكون في مرحلة معينة فقط من تطورها ويجب ان يخطط له من قبل.

وثمة امر اخر، هو تحسين الشكل بعيد المدى، ووضع المعايير المعينة: تظهر التجربة أن تحديد مبادئ توزيع المواد وتجديد العناوين وعناصر الشكل (Form) وغيرها باعتبار التجربة المتراكمة، والمهام الجديدة والظروف تكون ضرورية بشكل دوري.

وافضل شيء تحسين بعض العناصر في الشكل اوائل العام الجديد، وبذلك تكون قد احدثتم على اساس الشكل بعيد المدى الشكل المحدد للمطبوعة لعام كامل.

- **الجريدة والقارئ:**

ان التوجه الهام للغاية لخطة التطوير مرتبط مباشرة بالتوجه الذي سبقه، تحديد الحركة التقريبية للعلاقات المتبادلة بين جهاز التحرير والقارئ.

وان زيادة عدد نسخ الدورية سوف يستمر بلا شك، إلا أن مجراه لا يجب ان يكون تلقائيا. فان كل هيئة تحرير مهتمة بالدرجة الاولى بذاك الجمهور الذي تعتمد عليه الجريدة.

هذا بالذات المعنى الرئيس للتعاون المتبادل و "توزيع الالحان" على كل المجموعة الخاصة بالصحافة السورية التي هي ليست فقط سلاحا ايدولوجيا قويا بل هادف لذلك فالمهم ليس فقط زيادة عدد النسخ، بل وزيادته على حساب فئة معينة من المشتركين.

وهذا يرجع الدور الاساسي للتخطيط ايضا. ولا بد من معرفة: ممن يتشكل جيش قراء الجريدة، وما اراؤهم واوضاعهم.

وان جدل القراء ولقاءات الصحفيين بالكوادر ووسائل القراء تقدم تصورا معروفا عن هذا، إلا أنه من اجل التنظيم الفاعل للعمل المشترك في مسلة العلاقات العكسية " القارئ – الجريدة " هذه المعطيات غير كافية: ومع كل قيمة هذة الملاحظات والاقتراحات والتوصيات والنصائح المقدمة خطيا او شفهيا لا يجوز نسيان انها ضيقة الاختيار.

وإن الدراسات الاجتماعية العلمية فقط هي التي تستطيع الكشف عن اللوحة الحقيقية لحركة ومتطلبات القراء وعقليتهم.

ولقد اجريت بعض الدراسات في قسم الاعلام – جامعة دمشق عن القرائية صحف " البعث" "تشرين " "الثورة " وايضا بعض الصحف الاخرى مثل الدراسات الواسعة، اعطت مادة اولية قيمة للتخطيط بعيد المدى.

لكن هذا العمل كان في البداية يجري لمرة واحدة، الامر الذي لم يسمح بمتابعة نتائج الاعمال التي جرت واتخذت بعد اول دراسات، والتغييرات في طبيعة جماهير القراء واهتماماتهم بقدر كاف وكامل.

لذلك كرر " القسم " في عامي 2002-2003 مثل هذه الدراسات. ولقد اعطت امكانية رؤية الحركة الاجتماعية الديموغرافية عقلية – شكل القراء وخصائص تطور اتصالاتهم مع الجريدة وشهرة بعض الاقسام والعناوين الثابتة والمؤلفين واحتياجات القراء على اسس علمية.

وإن الدراسة الاخيرة – التي اجريت على مستوى البلاد كلها وفي آخر السكان البالغين- قد اظهرت بجلاء اهتمامات القراء وليس فقط قراء " البعث " بل وغيرها من الاصدارات، والمشاهدين والمستمعين للاذاعة والتلفاز، ومكانة الجريدة في مجموعة وسائل الاعلام الجماهيري والدعاية.

ان مثل هذه الدراسات الموسعة يجب ان تتمتع بطبيعة منتظمة وتدوين لهذا الامر في خطط التطوير ذاته.

إن هيئة التحرير تستطيع بعد تثبيت مستوى عدد النسخ، وتحديد فئات القراء لهذه الجريدة الذين على حسابهم واساسهم يكون ضمان هذا المستوى هاما بشكل خاص، للتخطيط لفترة طويلة: القيام ببعض التعديلات لمضمون الجريدة، والتشديدات الضرورية في العمل التنظيمي – الابداعي.

ولنقل: ان المؤشرات المقارنة تشهد على ان توزع الجريدة في منطقة ما من البلاد يسير بطريق اسوأ من مناطق اخرى.

ولكي نغير الوضع لابد من وضع وتنفيذ برنامج متكامل من الإجراءات بعد وضعه: توسيع عدد من خطوط المواضيع في الجريدة، واغناء اشكال تقديم المواد، وتعزيز العلاقات ببعض فئات كادر المؤلفين وتقوية شبكة المراسلين، ويتناسب تنظيم العمل الجماعي والخ....

وبفضل هذا النوع من الاجراءات التي تتخذها هيئة التحرير في البحث خلال السنوات الاربع التي انقضت بين اول دراسة واخرها قد زاد كثيرا الوزن النوعي للقارئات (القراء النساء) (بنسبة 14٪) والشبان(بنسبة 4٪) مع الانخفاض العام لعدد هذه المجموعة الديموغرافية في انحاء البلاد جميعها، وغير الحزبيين (مع الزيادة المطلقة للقراء) و الخ.

وازادت في اوساط القراء ايضا حصة العمال – انهم يحتلون مكانا متقدما (نسبة 22 ٪).

وفي الوقت نفسه فقد ارتفع بشكل ملحوظ عدد نسخ الجريدة في كل محافظة. ويشكل نظام مثل هذه الاجراءات الموجهه الى تكوين جمهور القراء الضروري الاتجاه الثاني لخطة التطوير.

1ـ جهاز التحرير:

الخط الاساسي التالي في الخطة طويلة الامد - جهاز التحرير نفسه، هيكله، تحسين بنيته. وإعداد الكوادر.

إن اهمية النظرة المستقبلية الى هذه المسائل واثباتها الكامل ومعالجتها من الصعب تحديدها: في نهاية المطاف إن مستقبل الجريدة يرجع بالذات الى الكوادر الصحفية، وفاعلية تنظيم العمل، والاستخدام الصحيح للقدرة الابداعية الكامنة في التحرير.

لا يجوز عد بنية ملاك التحرير مره واحدة لا ثاني لها، إنها يجب ان تتحسن باستمرار بالتناسب مع المتطلبات الجديدة، والتجربة الجديدة.

هذا يعني التوزيع الاكثر فاعلية للعاملين من وجهه نظر التناسب الصحيح بين صحفيي الجهاز المركزي والمراسلين، والعاملين المبدعيين والتكنولوجيين، والعدد الافضل والامثل للاقسام وفي الاقسام، وغيرها. ويمكن ان تنشأ الحاجة الى انشاء اقسام او شعب اضافية.

ففي" تشرين" مثلا او طريق التحريك الداخلي يمكن تشكيل اقسام الثقافة والحياة والاخبار الدولية، والعلاقات الخارجية، والتصحيح، والتحديث والتغيير. ويجب الإعداد لمثل هذا النوع من التغييرات البنيوية الاساسية والتخطيط بشكل مدروس.

والمسألة الهامة جدا بالنسبة للعديد من فرق التحرير هي مسألة انتقاء الكوادر. حتى في الصحف المركزية يكون عدد الصحفيين المؤهلين قليلا لا يكفي لذلك يجب أن تكون خطة التطوير متضمنة ايضا نظاما معينا لإعادة تأهيل العاملين (الفكري – السياسي الحرفي)، وتنظيم الدراسة الداخلية، داخل التحرير، وفي معهد التدريب الاعلامي، وغيره.

ومن الخطأ الاعتقاد انه من دون نظام تخطيط مدروس بدقة يمكن إحداث احتياطي من الكوادر، وضمان النمو الابداعي للصحفيين وفريق التحرير بشكل عام

2ـ القاعدة المادية التكنولوجية:

واخيرا الجزء الذي لا يتجزأ من الخطة الخمسية هو التطور اللاحق للقاعدة المادية التكنولوجية للإصدار، اي ضمان الطباعة وادخال مبدأ تنظيم العمل العلمي وتكنولوجيا التنظيم المعاصر إلى التحرير، وتسريع ايصال عدد الجريدة الى القارئ وغير ذلك.

إن كل فقرة من هذه الفقرات تعني التخطيطي للعمل التحضيري متعددة الجوانب. وهكذا، ان الخطة لخمس سنوات هي الوثيقة الجامعة الشاملة التي تشمل جوانب تطوير الجانب او الجلة التنظيمية – الابداعية، والاجتماعية والمادية – التكنولوجية.

3ـ التخطيط المستقبلي:

تعد الخطط المستقبلية اساسا للحياة الابداعية في الفريق الصحفي.

انها مرحلة الرئيسية والحلقة القاعدية الاساسية لكل التخطيط اللاحق المضمون الاصدار.

تعد الخطط المستقبلية عادة للفصل في ضروف الصحف المركزية اليومية، اما في العديد من الصحف المحلية، دون الحديث عن الاسبوعيات، فتعد هذه الخطط لنصف عام او لعام كامل.

وتعد اجهزة تحرير عدد من الصحف المركزية ايضا ممارسة التخطيط المستقبلية للخطوط الاساسية والمواضيع لفترة مستقبلية بعيدة امرا مفيدا.

وهذا يتعلق بالدرجة الاولى بالحملات طويلة الامد على مستوى الجريدة بشكل عام. ان التخطيط للحملة قد يشمل في العدد من الصحف سنة كاملة.

فإن وضع الحملة لفترة عمل طويلة ودراستها له خصائصه المميزة:

لابد من اعتبار مراحلها وصفاتها الزمنية وفضلا عن اتساعها، بل وتتابعها وتوالي تطورها وتطور مواضيعها. وقد راكمت الصحافة المركزية التجربة، وتحسنها في مجال التخطيط البرمجي الهادف الذي يتعمد على توجيهات القائمين على العملية الاعلامية حول ضرورة الاسلوب المتكامل الشامل في العمل الايدولوجي – والفكري والتربوي.

في ماذا يكمن جوهر الشكل الجديد للتخطيط المستقبلي، الذي يبدو كأنه يتحرك في الاتجاهات الرئسية في اطر الخطة الفصلية.

إن البرنامج المتكامل عندما يظهر في مضمون الاصدار واحدا من المواضيع الرئيسة (الحملات) يهدف الى:

اولا: التركيز على هذا الموضوع، اي تركيز الجهود الابداعية لجهاز التحرير او لعدد من اقسامه وشعبه عليه.

ثانيا: تحديد الاتجاهات الاهم لتطوير هذا الموضوع لمرحلة طويلة نسبيا تحدد فيما بعد من خلال سير التخطيط بعيد الامد العادي.

وان هذا البرنامج يوضع حسب المخطط الموجه ليس الى الاقسام فحسب، وانما الى الخطوط الرئيسية التي تشكل في مجملها مجموعة المواضيع، ولذلك فهو يعزز كقاعدة بإحداث جهاز ابداعي مستقل (مجموعة، مجلس، لجنة) يرأس تنفيذ ما خطط له وينسقه.

وفي عام 1998 ادير موضوع مرتبط بالذكرى الخمسين للاستقلال في جريدة "تشرين" بناءا على البرامج المتكاملة.

البرنامج الاول افتراض اصدار ستة أعداد كاملة موحدة بفكر عامة "طريق تعزيز الاستقلال"، وسلسلة من المواضيع، النظرية والدعائية من الاهمية التاريخية للاستقلال وتأثيرها على التطور العربي المعاصر، والمعالجة المفصلة لخطط المواضيع ("عصر السطر الصحفي" "من اول مراسيم الدولة السورية"، "نظرة خلال الاعوام"، "في مرآة عالمين اثنين") وعدد من الحملات بناء على رسائل القراء.

ونفذ هذا البرنامج (الخطة) بصورة مبدئية ومتتالية على صفحات الصحيفة. والبرنامج الدستوري المتكامل الاخر افترض التوجهات الرئيسية والعناوين الثابتة لمناقشة المشروع، مشروع القانون الاساسي.

وجسد تجسيدا له فيما بعد عشرات الصفحات من صحيفة "البعث".

ولقد تم ضمان التنفيذ الناجح لهذه البرامج المتكاملة في كثير من جوانبه بفضل المعالجة الدقيقة التي حصلت فيما بعد على تفصيلاتها في الخطط الفصلية المستقبلية.

عدا ذلك، شكلت هيئة التحرير جماعات خاصة – من الصحفيين من مختلف الاقسام الذين كلفوا بقيادة الحملة، وتنفيذ البرنامج (الخطة)، والتنسيق مع اقسام التحرير الاخرى في مجال الموضوع كله.

وباستخدام هذه التجربة التي برزت ذاتها من دون شك وضعوا في صحيفة "البعث" للعام 1998 اربعة برامج (خطط) متكاملة.

في مجال تغطية المناقشة الانتاجية، وتحسين إدارة الاقتصاد الوطني، وفي مجال مسائل حماية البيئة، وفي مجال العمل الدعائي المضاد.

وكل برنامج من هذه البرامج افترض اهم الخطوط والاقسام والعناوين الثابتة للعمل طويل الامد وذلك بتوجيه جهود عدد من الاقسام في المجرى العام

وقد عززت البرامج الجديدة تنظيما بتشكيل مجموعة في مجال المسابقات التي تعمل على مستوى حقوق القسم، وايضا التشكيلات من حيث الادارة، والدعاية المضادة، وحماية الطبيعة التي اصبحت مراكز ابداعية لتنفيذها.

وتعد البرامج (الخطط) الكاملة المتكاملة اداة لرفع فاعلية التخطيط المستقبلي. لكن الخطط الفصلية تبقى في الصحف المركزية اليومية شكله الرئيس. ان فترة ثلاثة الاشهر قصيرة جدا كي ترى الامكانيات الحقيقة وعدم الانشغال في التخطيط من اجل التخطيط.

وبنفس الوقت أن هذه الفترة الكافية ايضا هي التي تسمح بالتحديد، وتدقيق الخطوط الاساسية للمواضيع في الجريدة والحملات التي تفكر بها هيئة التحرير.

عد ذلك لابد من الاخذ بالاعتبار ان عمل اللجان الصحفية وايضا النشاط الاقتصادي يخطط لهما مع معالجتهما ودارستهما حسب الفصول.

إن الخطط المستقبلية هي تركيب من المعالجات التوجيهية، ومن المواضيع الاكثر اهمية المتقدمة في كل خط من الخطوط الرئيسية.

وإلا فإنها تكون غير واقعية: من المستحيل لثلاثة اشهر قادمة، ناهيك عن نصف عام، افتراض كل مواضيع المنشورات.

لان الخطة المواضيعية البحتة ذات الطابع بعيد الامد لا تؤثر تأثيرا جوهريا في تنظيم عمل التحرير، بالرغم من ان وضعها يتطلب بذل الكثير من الجهد والوقت. وتكون المواضيع الاهم هنا ضائعة بين المواضيع الثانوية، ولا تبرز وتخضع بصورة سيئة للرقابة، الامر الذي يعيق رؤية المستقبل، ويحول الخطة الى اداة لتنظيم الصحيفة الفاعل من جهه.

ولا يجوز بالطبع تحديد التخطيط المستقبلي فقط في الاشارة الى العناوين الثابتة وخطوط المواضيع من جهه ثانية.

وسوف تكون مثل هذه الوثيقة جافة ومخططا ميتا، وايضا قلما يعطي شيئا للممارسة الصحفية.

إن توافق الطبيعة الموجهه للخطة المستقبلية، والتحديد الدقيق للمواضيع الرئيسية التي تصبح في الاساس تحدد التنفيذ الناجح للمهام المحددة من قبل هيئة التحرير، هو مفتاح النجاح.

في غضون ذلك سوف تتطور الخطة بدقة حسب معيار مضمون الجريدة بالاضافة الى ابرازها الاكثر اهمية الذي يتطلب اهتماما خاصا لتبقى متكاملة ومريحة للعمل.

مثلا، ان خطة "الاهرام" الفصلية تطرح عادة على ست او سبع صفحات مطبوعة.

ويقدم هذا الاسلوب امكانيات كبيرة لتحسين الممارسة التنظيمية – الابداعية. الخطة المستقبلية هي الحلقة الاساس في نظام التخطيط لمضمون الجريدة وبتقسيمها المواضيع الرئيسية تكون بفعل طبيعتها الموجهة قاعدة جيدة للتخطيط الراهن، ولعمل بعض الاقسام، وشعب التحرير، وللفريق الصحفي بشكل عام.

ان وضع الخطة وتنفيذها يعتمدان على عناصر مساعدة من التخطيط المستقبلي وتحتل المكانة الهامة بينها العناوين الثابتة – المنارات على الطريق في بحر مواضيع الجريدة.

إن هذه الاداة الفريدة، والقوية يتم استخدامها بشكل عقلاني في مجال تنظيم العمل الابداعي.

وتتضمن خطط الاقسام الفعلية ايضا – (في العديد من الصحف المحلية هذه الخطط تكون لستة اشهر)- الاكثر تفصيلا ومواضيع التي تعزز هذا القسم او ذاك

في الجريدة معالجة معينة، لا للمواد الاساسية فحسب، وانما تضمن لمجمل هذه المواد الإعداد والتنفيذ الناجحين لخطة التحرير المستقبلية العامة.

وتتمتع بهذه الصفة نفسها الخطط نفسها الخطط الشخصية للمراسلين المتخصصين والخاصين.

انها كقاعدة، تدخل في خطط الاقسام، إلا انها تتضمن عددا من المواضيع الاضافية والاقتراحات ذات الطابع المستقبلي.

عموما ان كل خطة "اقل مستوى" يجب ان تغطي "الاكثر مستوى" بمجمل مضمونها سعة مواضيعها: خطط المراسلين، وخطط الاقسام، وهذه بدورها هي الخطط العامة لجهاز التحرير.

ومن المستحيل من دون ذلك توفير الامداد المستمر الاحتياطي للمواد، والتقاؤها الحازم، والمراوغة في العمل السريع.

وتعد خطط الحملات قصيرة المدى الاداة المساعدة للخطة المستقبلية من اجل مناقشة مسألة ما اقليمية نسبيا، وتغطية المواضيع الفصلية وغيرها.

ان سطر او بعض الاسطر في الخطة المستقبلية يجل ان تكتسب في مثل هذه المعالجة الداعمة للقسم (مجموعة الاقسام) ديناميكية عمل محددة من حيث المواضيع والمواعيد " آخذة بالاعتبار المراحل المحددة للحملة بدقة.

ويمكن ان يدخل في الخطة المستقبلية للتحرير عنصران آخران:

اولا – خطة العمل داخل التحرير:

التغطية المبدعة، المسابقات، الاجتماعات الخاطفة ذات المواضيع، دورات تأهيل المراسلين الخاصين بالاقسام، العاملون في القسم في السكرتاريا وغير ذلك من الافعال التنظيمية – الابداعية.

وهدف هذه الخطة هو تجنيد القوى الصحفية للحل الناجح للمسائل المعينة في المستقبل. وتضع السكرتاريا الخطة عادة بمساعدة رؤساء الاقسام في التحرير ومنظمات اتحاد الصحفيين.

ثانيا - عمل هيئة التحرير الجماهيري:

مؤتمرات القراء، اللقاءات مع الكوادر، جولات العمل الزراعية والخ.

تعتمد السكرتاريا عند إعدادها بالدرجة الاولى على قسم رسائل القراء والعمل الجماهيري، مستعينة باقسام اخرى عند الضرورة.

إن هاتين الخطتين، كما تظهر التجربة، تثبتان انهما افضل إن كانتا مستقلين داعمتين وضامنتين لتنفيذ الخطة الاساسية.

وهاتان الخطتان كونهما وثيقتين مستقلتين يتم تصديقهما من قبل هيئة التحرير لا تحملان معالجة الآفاق الموضوعاتية التي تشمل المضمون الاساسي للجريدة فضلا عن اعباء المسائل التنظيمية.

وهكذا، إن الحلقة الاساسية في نظام التخطيط للتحرير هي الخطط المستقبلية مع عدد من العناصر المساعدة الخاضع لها.

والحلقة التالية في هذا النظام هي التخطيط الراهن (الجاري) والسريع الذي ينفذ عادة على مرحلتين: التخطيط لعمل الاسبوع والتخطيط للاعداد القادمة.

4. خطة الاسبوع (الخطة الاسبوعية):

إن نظام التخطيط في الضروف المحددة لهذا الاصدار او ذاك يكتسب اشكالا متنوعة ولنقل، في اجهزة التحرير التخطيط نصف السنوي هو المتبع ولبس التخطيط الفصلي المستقبلي، غالبا ما يفضلون ادخال حلقة اخرى مرحلية. فهنا يضعون خططا لشهرين او لشهر واحد.

وفي الدوريات الاسبوعية إن ممارسة التخطيط لمدة شهر واحد يمكن النظر اليها كشكل للعمل الجاري. ولها معناها ايضا بالنسبة لصحف المدن والمناطق كثيرة النسخ التي يكون ارتباطها اقل بعملية التهيئة للأحداث الجديدة، والتي تخضع بصورة افضل للتخطيط الثابت.

اما فيما يتعلق باكثر الاصدارات اليومية، وبخاصة الصحف المركزية حيث من المستحيل عمليا وضع خطة محددة للأعداد لفترة طويلة فإن التخطيط الامثل لها هو التخطيط لاسبوع الشهر فترة قصيرة جدا كي يتابع تطور التوجهات الاساسية للصحف اليومية.

وطويلة جدا كي تؤثر فعلا في سير عمل فريق التحرير بوسائل التخطيط.

وإن المخطط المتناسق "الخطة المستقبلية – الخطة الاسبوعية"، حيث واحدة تنبع من الاخرى، يترابط استراتيجيا وتكتيك تحرير.

ان الخطط الاسبوعية – المواضيعية، تكون محددة لاقصى حد.

فيتم هنا الكشف عن المضمون الاساسي لأعداد الجريدة. ويفترض إعداد هذه الخطط الاخذ بالحسبان الشامل العوامل:

الاهمية او الحيوية، وصحة صوغ المواضيع، وبنيتها، حسب الخطوط الرئيسية لمضمون الجريدة، وجسب الحملات الجارية، وحسب الاقسام، الحصص العقلانية للمواد ذات الطابع السريع والمتضمن القضايا الايجابية والنقدية، والواسعة جدا والاقليمية، وسعة الجغرافيا في المادة وتنوع الانواع الصحفية وغيرها

الخطة المستعجلة مع التخطيط التقريبي حسب الأعداد وحتى الصفحات هي ما تشبه شكل الاسبوع المقبل.

وفي الوقت ذاته هي بمنزلة حلقة انتقالية ضرورية من الخطة المستقبلية الى خطة الأعداد، والجسر الذي يربطها ببعضها.

هي خطة (برنامج) اكثر مقالات الجريدة اهمية في الفترة القادمة.

ولهذا السبب يصبح الإعداد ذاته لخطة الاسبوع استعراضا متضمنا لنتائج النشاط الابداعي اقسام التحرير كلها والشكل الدائم والفاعل المؤثر لمراقبة سير تنفيذ البرامج الكاملة، والخطة المستقبلية، وحالة مكاتب الاقسام، والوسيلة البناءة لشد الاماكن الضعيفة في العمل السريع الفعال.

تعتمد الخطة الاسبوعية على عدد من العناصر المساعدة، واحد هذه العناصر هو خطة المواضيع عن الاحداث (الحديثة).

ويعمل في صحيفة "الاهرام" النظام التالي. إن كل مراسل خاص يقدم يوم جمعة طلبا لتغطية الاحداث التي من المتوقع وقوعها في المنطقة التي يغطيها في الاسبوع القادم. والمقصود هنا ليست القضايا المحلية الجارية، وانما الاحداث في مجالات الحياة التي تشكل اهتماما واسعا بالنسبة للقارئ على مستوى جمهورية مصر العربية كلها – المنجزت الانتاجية الكبيرة، بدء العمل في مؤسسات جديدة، الاحتفالات هامة، اللقاءات - الخ.

ينظر في هذه الطلبات بدقة وامعان من قبل رؤساء الاقسام والسكرتاريا. وتدخل الاكثر اهمية من بينها في الخطة الاسبوعية الخاصة بالمواضيع الحديثة. وهكذا تحدد مسبقا – ولو تقريبا – المواد السريعة المتوقعة، فضلا عن اشكال تقديمها. وهذا يعد سندا جيدا عند خطة الاسبوع، وبخاصة عند تدقيق المضمون المعين لكل عدد.

ان كل الاحادث بالطبع، من المستحيل افتراضها مسبقا. إلا أن مثل هذا التنظيم للعمل يؤدي الى الحد الادنى من المفاجآت بالنسبة لهيئة التحرير.

وهذه الممارسة اخذت تتجذر في اقسام التحرير الدولية ايضا، علما بأن خصوصية الحصول على المعلومات تتطلب سرعة اكثر، لهذا فطلبات المراسلين تقدم، كقاعدة، قبل يوم او يومين فقط.

والشكل المساعد الآخر للخطة الاسبوعية هو الجدول التقريبي لمنشورات الاقسام الاساسية حسب ايام الاسبوع.

ويعمل هذا المخطط عادة في كل هيئة تحرير. ان "الاهرام" تقدم في ايام الجمعة والاربعاء، كقاعدة، الصفحات الاخبارية "الانباء" وفي ايام الخميس – صفحات الرسائل او الرقابة الشعبية، وايام الجمعة – المقابلات النظرية، وفي ايام السبت – دليل الاسبوع، وفي ايام الاحد – الاستعراض الدولي و الخ.

لايجوز بالطبع العمل هذا المخطط، لكن استخدامه في الحدود المعقولة ينظم العمل التخطيطي، والاهم: انه مهم ومريح للقارئ.

ولكي نعطي ثباتا معينا للمنشورات الدائمة ينبغي لهذا المخطط ان يكون مسجلا كوثيقة في السكرتاريا او هيئة التحرير.

وبين العناصر المساعدة في الخطة الاسبوعية هناك عناصر مخصصة لفترات اطول من العمل. ففي الصحيفة اليومية، مثلا، يبرر مخطط تقديم (تسليم) المقالات الافتتاحية لاسبوعين او لشهر.

ان العمل على الافتتاحيات يتطلب الاساسات ويتطلب وضوحا ودقة متناهية ومبدئية وتنظيما.

وان الفترة الطويلة نسبيا تسمح للمؤلفين والاقسام جمع المواد مسبقا ومعالجة المواضيع الاقل سرعة، اما السكرتاريا وهيئة التحرير فتقدم احتياطيا من الزمن معروفا ومحددا لكتابة المقالات عندما يتطلب الامر ذلك، ونشير ايضا الى ان الحديث يدور حول جدول تقديم وليس نشر مقالات، الامر الذي يحدث عند

وضع الخطة امكانيات اضافية للمراوغة في مواضيعها حسب خصوصية الاسبوع وكل يوم.

ومن الواضح عند الضرورة ان هذا الجدول الذي اقر من قبل هيئة التحرير يدقق ويضاف اليه، وان بعض المقالات الافتتاحية تكتب مباشرة في العدد- تبعا للاحداث.

وإن خطة النشر في المناسبات الاحتفالية والتواريخ المشهورة تساعد في وضع خطة الاسبوع ايضا.

بالرغم من انها تعد من قبل السكرتاريا عادة لفترة شهر كي تستطيع الاقسام التحضير للمقالات مسبقا، إلا انها تخدم كذلك مصالح التنظيم العقلاني للعمل خلال الاسبوع.

5ـ خطة العدد:

والحلقة الاساسية التالية في نظام التخطيط في التحرير:

هي خطة العدد المحددة، هذه في الحقيقة الهدف النهائي لكل العمل في مجال التخطيط والنشاط التنظيمي – الابداعي.

ان العمل في الصحيفة اليوم يجري في موقف واحد على العددين الاقرب – واحد يتم اصدراه والثاني يعد للاصدار.

وبالتالي ان خطة العدد الواحد تدقق كل يوم، وخطة الثاني تصاغ. كيف اذا يتم اختيار الشكل الامثل في مثل هذه المرحلة النهائية من التخطيط ؟

تعمل في اجهزة التحرير مختلف المعايير (المقاييس) وتطرح متطلبات متنوعة من مضمون العدد.

واحيانا توضع في المقدمة اصول جملة المواضيع واحيانا اخرى سرعة المواد واهميتها وغيرها.

لكن من المعروف ان اي اسلوب وحيد الجانب لا يكفي، وان النظرة الشاملة فقط الى القضية تستجيب لمصالح العمل.

ويمكن ابراز الموضوعات التالية بين الموضوعات الاساسية التي تساعد على ضمان المعالجة الصحيحة لخطة العدد:

- الحساب متعدد الجوانب لمتطلبات النهار، الامر الذي يفترض الاطلاع
- لكامل والكافي للاقسام والسكرتاريا ورئاسة التحرير.
- التصور الواضح لمتطلبات مختلف فئات القراء الشكل المعالج لكل صفحة وللجريدة بشكل عام – الشكل يتحسن ويغتني بالعناصر الجديدة، لكنه في الاساس دائم.
- نظام التخطيط الاسبوعي الذي يكون الاستخلاف والتتابع للمنشورات من عدد الى عدد.
- تكنولوجيا موحدة للتخطيط ومركزة القيادة العملية لهذا العمل في السكرتاريا.
- المشاركة الدائمة لهيئة التحرير في النظرة النهائية الى خطة كل عدد الامر الذي يؤدي في الصحيفة المركزية عمليا الى المناقشة اليومية والمصادقة على الخطط للعددين القريبين (الاول، مرة ثانية على اساس الصفحات الاحتياطية المطبوعة او التالي على اساس ملاحظات السكرتاريا).((9))

ان كثرة الاشكال الممكنة وتعداد الجوانب للمتطلبات وضرورة حساب العدد الكبير من العوامل من مختلف انواع المضامين حتى جغرافيا المواد، وعلاقة كل عدد بسابقيه ولاحقيه، يجعل التخطيط في المرحلة النهائية للعمل ذا مسؤولية خاصة.

لذلك بالذات توضع هذه الخطط عادة في السكرتاريا واجتماعاتها الطارئة وتناقش يوميا في هيئة التحرير.

وان التجربة الجماعية والنظرة المتمعنة الى الخطة من موقع جملة المتطلبات كلها المقدمة للعدد تسمح بايجاد الحلول المثلى التي تعزز فاعلية عمل الجريدة فعلا

عند إجمال النتيجة يمكن القول:

ان نظام خطط التحرير يقدم على شكل سلسة واحدة: خطة تطوير الجريدة – الخطط المستقبلية تعمل التحرير– الخطط الاسبوعية – خطط الأعداد مع عدد محدد من العناصر المساعدة التي توفر التنفيذ وتضمنه.

وتمثل خطة التطوير التي تشمل كل جوانب نشاط الجريدة كلها في هذا المخطط بشكل خاص، وليس فقط بمضمونها.

وفي نظام برامج العمل الاساسية في التحرير، ان كل حلقة تالية تعتمد على سابقتها مغيرة سطح (طبقة) التخطيط:

وتأخذ من البرنامج الشامل المتكامل طويل الامد بداية لها معالجة وواضحة التوجهات الاساسية للجريدة[3] وهذه التوجهات والحملات تحدد في مواضيع المقالات، وتحدد في نهاية المطاف جملة المنشورات التي تكون وجه كل عدد.

وكما اشرنا، ان مثل هذا النظام يتغير من حيث الشكل في الواقع والممارسة بالتناسب مع تخصص الجريدة، وظروف الفريق الصحفي الفعلية وامكاناته. لكن مع الخصوصية المتنوعة جدا للممارسة فإن المبادئ المنهجية للنظام تبقى مقبولة بالنسبة لأي جهاز تحرير.

6ـ وحدة النظام - وحدة التكنولوجيا:

ان وحدة اي نظام تفترض وحدة اسلوب العمل.

مع وجود اختلافات جوهرية بين الخطط نفسها وتنوع الاشكال المعينة، فان تنظيم التخطيط يجب ان يعتمد في جهاز تحرير على الموضوعات التالية: ((10))

- الاهمية الاساسية للقرارات الحزبية و المؤسساتية والمجتمعية والوثائق وحتى خطط الدولة التي تعد الجريدة لسان حالها او قريبة من وجهة نظرها، او لها راي آخر.
- الاستخدام الواسع لكل مصادر المعلومات - من العلاقات الوثيقة بالاجهزة الحزبية والا جتماعية والمؤسساتية والاقتصادية والمجتمعية ونصائح الخبراء والمختصين وتوصياتهم حتى الدراسة لبريد القراء والتنميات واقتراحات القراء.
- المشاركة النشطة بحدها الاقصى في عملية التخطيط لكل العاملين الابداعيين في التحرير – بدءاً من المراسلين الخاصين حتى رئيس التحرير.
- انتشار التخطيط من "الاسفل الى الاعلى" – من خطة المراسل، المراسل الخاص حتى خطط الاقسام وحتى الخطط العامة للتحرير، ومن "الاعلى الى الاسفل" – حسب تعليمات رئيس التحرير وهيئة التحرير حتى اقسام التحرير.
- وحدة التخطيط ومتابعة التنفيذ، ووحدة هذين الجانبين الهامين من جوانب عمل التحرير اليومي.

ان نظام التخطيط يمس بالعديد من القضايا الخاصة بالعمل التنظيمي – الابداعي، ويفترض الروابط المتينة على مختلف المستويات مع اللجان المسؤولة في المؤسسات والمنظمات الاجتماعية الاخرى، والخدمة المنظمة للاخبار داخل

التحرير، والبرنامج الدائم والفاعل لدراسة الاراء والملاحظات والاقتراحات القادمة من القراء.

ولا بد ايضا من وضع اشكال تنظيمية ثابتة لتقنية التخطيط التي تضمن تنفيذ مبادئه.

ففي "السفير" اللبنانية المخطط التنظيمي للعمل على الخطط (العناصر الاساسية له مع التحديث المناسب يمكن ان تستخدم من قبل اجهزة تحرير اخرى) يبدو على الشكل التالي:

أ- التخطيط المستقبلي:

قبل عشرة ايام تقريبا من بدء الفصل تصل الى هيئة التحرير طلبات كل مراسل ومراسل خاص. فينظر بإمعان في الاقسام بنفس الوقت مع المقترحات الاخرى المقدمة من العاملين ومن الكادر، وتلخص في خطط الاقسام.

وقبل خمسة ايام بدء الفصل تقدم الاقسام هذه الطلبات الى السكرتاريا. بعد ان تناقشها من نائب رئيس التحرير الذي يشرف على بعض توجهات الجريدة. وهنا نقارن من اللطيف الواسع من المؤشرات – المواضيع، المؤلفون، الجغرافيا، وغيرها، إن تطلبت ذلك المصالح العامة للتحرير فإن الطلبات تعالج مع الاقسام. وعلى هذا الاساس تعد السكرتاريا مشروع الخطة المستقبلية التي تناقش، ويضاف اليها وتصادق من قبل هيئة التحرير في بداية الفصل الجديد. وان هذا المخطط التكنولوجي يعمل عادة كذلك عند إعداد الرنامج الكامل المتكامل.

والفارق فقط في ان هذا البرنامج يوضع من قبل فئة المبدعين التابعة للسكرتاريا بمشاركة الاقسام ذات المصلحة ومن ثم يطرح الموافقة في الوقت ذاته مع الوثيقة المستقبلية الاساسية.

ان مواعيد العمل ومدته على الخطة تكون متوترة للغاية ويكون من الصعب احيانا من الالتزام بها. لكن هذا افضل من اعداد الخطط قبل شهر على بدء الفصل، عندما يكون من المستحيل حسبانه ويكون من غير المسموح العودة الى الوراء احتراما للشكليات.

2ـ التخطيط الاسبوعي:

تصل كل يوم خميس من الاقسام طلبات للخطة الاسبوعية التالية. وهذه الطلبات تناقش ايضا مع نائب رئيس التحرير ، ومن ثم في السكرتاريا التي تحضر الخطة للاسبوع التالي مع تقسيمها على الأعداد لجلسة (اجتماع) هيئة التحرير في ايام الجمعة، اي خلال نصف يوم عمليا.

وتطرح للنظر فيها في هيئة التحرير ليس بعد 14 و29 من كل شهر الطلبات الملخصة والمدققة والمعدلة من قبل السكرتاريا القادمة من الاقسام والخاصة بالجدول (المخطط) التالي للاسبوعين وبالمقالات الافتتاحية.

والعناصر الاخرى التي تضمن الخطة الاسبوعية يصادق عليها من قبل السكرتاريا.

3ـ التخطيط للأعداد:

بخلاف المراحل السابقة تلعب طلبات الاقسام عند التخطيط دورا اقل – انها ترد فقط عند حدوث احداث جديدة يكون من الصعب حسبانها مسبقا

وان اساس معالجة الخطة التي تقوم عليها السكرتاريا وبخاصة خدمة المناوبة فيها هو الخطة الاسبوعية والارشادات القادمة من هئية التحرير.

وكما قيل: انها تنظر يوميا بخطط العددين الاقرب ..

وتتطلب معالجة الاعداد الخاصة المكرسة للاعياد الشعبية والدينية وللاحداث السياسية – الاجتماعية الكبرى اسلوبا مغايرا بعض الشيء.

وهذه الخطة، اولا تصاغ وتقر مسبقا كي تقدم افقا واضحا وتاريخا محددا لإعداد المواضيع المعقدة والمسؤولة، وثانيا، لا يجوز إعدادها فقط على اساس الحقيبة التحريرية الموجودة وحتى على اساس الطلبات.

ففي العدد الخاص الامور الهامة قبل كل شيء.، الفكرة العامة "وحركة" الجريدة - الدنو من الموضوع وتحويله الذي يوفر تجسيد الفكرة الاساسية. وتحديدها هو اصعب المهام، ولحل هذه المسألة من المفيد إجراء اجتماع ابداع او تشكيل مجموعة ابداع صغيرة، وطلب مقترحات المراسلين الخاصين وغير ذلك.

بعد هذا يمكن وضع الخطة بتفصيل اكثر باعتبار تشكيلة المؤلفين والجغرافيا والاجناس والمتطلبات الاخرى بعد الحصول على "مفتاح" إعداد العدد.

4ـ منهجية العمل:

ان الهام، بالطبع، لايمكن في المخطط التكنولوجي ذاته للعمل على الخطة – بل يتعلق بالضروف المحددة في جهاز التحرير، وفي ضرورة وجود منهجية واضحة لهذا العمل، وربطها بالخطط من الدرجات جميعها. وهنا يبرز عديد من الموضوعات المبدئية الآتية:

- المناقشة الموسعة في كل قسم للطلبات والمقترحات المقدمة والداخلة في الخطط العامة، الامر الذي يسمح بجذب كل الصحفيين الى التخطيط العملي.
- المناقشة الاولية لطلبات الاقسام مع نائب رئيس التحرير.
- الدور التنظيمي للسكرتاريا كمركز تحرير عام للتخطيط مع توزيع معين للواجبات (في الـ"السغير" اذ قلنا، إن التخطيط المستقبلي يوجهه السكرتير المسؤول، اما الخطة الجارية فيوجهها النائب الاول).

- الدور القيادي لهيئة التحرير التي تقر الخطط الاساسية المستقبلية، الاسبوعية، والأعداد المستقلة (بعض الاعداد) الامر الذي بعده يصبح قانونا لعمل الفريق.

وتحصل الحوافز الابداعية على اهمية خاصة خلال سير التخطيط، وان الجهود الادارية تضمن تماما التوظيف الدقيق لنظام التخطيط.

وبالنسبة لإتمامه بالمضامين الابداعية تكون الاذرعة الاخرى ضرورية جدا.

وعند الإعداد، مثلا، لخطة العمل في الفصل الاول من العام، فإن زمالة التحرير في " السفير " تحدد دائما الاتجاهات الاساسية للتخطيط كي تعطي لنغمة الضرورية لكل السنة.

ويقترح على الاقسام تقديم الاقتراحات في مجال العناوين الثابتة الجديدة، وحتى في مجال الحملات ذات الاولوية والمعالجات المواضيعية الاكثر جوهرية.

والى جانب ذلك يعلن كقاعدة، عن مسابقة داخل التحرير على اقتراح ابداعي، وهذه المسابقات تكون تكريسا بخاصة للدعاية للمنجزات ولإضاءة المناقشة الحرة الابداعية، وللمواضيع الاحتفالية قبيل الذكرى وللعناوين الثبتة الجديدة لعامة بالنسبة للتحرير.

وتصل من المراسلين من مكان وجودهم ومن العاملين في الجهاز المركزي عادة الكثير من الاقتراحات الهامة التي يتم تشجيعها عن طريق المكافآت المحددة في مجال المسابقة وعن طريق السعي للمشاركة في المسابقات الابداعية للصحفيين.

وعلى مختلف مراحل التخطيط، كما قيل سابقا، يتم تشكيل مجموعة من ممثلي الاقسام تابعة للسكرتاريا للمعالجة التفصيلية للقضايا المحددة والحيوية (الاكثر حيوية) والبرامج الشاملة.

وتناقش الاقتراحات القادمة من المجموعات بناء على المسابقة في جلسات التحرير، ومن ثم في جلسات هيئة التحرير.

ان مثل هذه المناقشات والمسابقات واللقاءات وغيرها من اشكال تجنيد القدرة الصحفية الكامنة هي الطريق الفعلي الواقعي لتحسين التخطيط، واي نظام له عامل في هذه او تلك من هيئات التحرير.

والمهم عدم جعل هذا العمل تقليديا بل تنويعه واجراؤه في اجواء ابداعية منسجمة.

وتتمتع العلاقة المتبادلة بين التخطيط والرقابة على التنفيذ باهمية كبيرة. فإنهما عمليا الجانبان اللذان يضمنان التنظيم الدقيق للعمل في التحرير.

وإلام يجب توجه الاهتمام هنا.

اولا، بناء على مستوى الانتقال الى التخطيط السريع والمواضيعي يجب ان تحدد في الخطط درجة المسؤولية التي تلقى على عاتق او تلك من الشعب والاقسام وعاتق هؤلاء او اولئك من المنفذين – وصولا الاى الاشارة الى اسم العامل الذي يمارس إعداد المادة، وايضا موعد تقديمها .

ثانيا، ان الرقابة، مثل عملية التخطيط، يجب ان تكون موجهة، الامر الذي يفترض عددا من الاعمال المبدئية المدروسة لهيئة التحرير والسكرتاريا ورؤساء الاقسام.

ان عدم انقطاع المراقبة استمراريتها يتم توفيرها بالدرجة الاولى بواسطة التدقيق ومتابعة ما انجز على المستويات جميعها عند الانتقال من حلقة في التخطيط الى حلقة اخرى تالية، ولنقل عند النظر في طلبات الاقسام للاسبوع يدقق رؤسا رئيس التحرير والسكرتاريا في كيفية ما تحقق خلال الفترة الماضية في مجال الخطة المستقبلية، اما عند المناقشة من قبل هيئة التحرير لخطة العدد التالي تنشأ مسألة

تنفيذ الخطة الاسبوعية. وبالتالي ان هذه الاستمرارية تتوفر بفضل الاهتمام الدائم بكيفية تحقيق المواضيع المقررة في الاجتماعات الابداعية على مختلف الصعد، بدءا من اجتماع اعضاء القسم وانتهاء بالجلسات العامة.

ويشار في التدقيق في تنفيذ الخطط كذلك رئيس التحرير بعمله اليومي مع رؤساء الاقسام. واخيرا، اضافة الى كل هذا لا بد من التحليل الاجباري الخاص لسير العمل على الخطة المستقبلية مع مناقشة النتائج من قبل هيئة التحرير (الزمالة) وتشهد لتجربة ان مثل هذا التحليل وهذه المناقشة من الافضل اجراؤها في اوسط مدة عمل الخطة، عندما يكون الوقت غير متأخر تعد للتصحيح ما يعوق العمل، ومن الممكن ادخال التعديلات التي تتطلبها الحياة الى الخطة.

وإن هذا لايكفي ايضا في عدد من الحالات، للمراقبة الفاعلة على التنفيذ في الاتجاهات المسؤولة الخاصة، وان كان الحديث يدور حول تنسيق العمل بين عدد من اقسام التحرير يمكن ان تشكل اجهزة رقابة ابداعية متخصصة لافصيل الخطط.

مثلا، ولقد اشرنا فيما سبق، الى ان مجالس تنسيق مؤلفة من ممثلي الاقسام ذات العلاقة، ومن السكرتاريا، تمارس العمل من مسائل إدارة الاقتصاد الوطني وحماية البيئة والدعاية في السفير، انها لاتضع فقط المواضيع وتعالجها، بل تنظر في كيفية تنفيذ الخطط، وتناقش الاقتراحات الجديدة.

وتتمتع اعمال المجالس هذه بطبيعة تقديم النصائح والتوصيات دون ان تنقص من دور اجهزة إدارة التحرير لكن اهمية هذه الحلقات الابداعية الجديدة.

وتتمتع اعمال المجالس هذه بطبيعة تقديم النصائح والتوصيات دون ان تنقص من اجهزة ادارة التحرير لكن اهمية هذه الحلقات الابداعية الجديدة هي في تنظيم مراقبة التنفيذ من دون اي شك.

وضعت الدراسات الاعلامية الراهنة قرارها امام وسائل الاعلام الجماهيري والدعاية، واشارت الى مهام جديدة كبيرة.

والحديث هنا عن التغطية المعمقة متعددة الجوانب للمسائل الحيوية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية ومسائل الحياة الدولية، وعن التنفيذ العملي للمداء الانشائي للعلانية والديمقراطية في نشاط المنظمات والمؤسسات الاجتماعية والحكومية وتوسيع الموضوع والحجم والجغرافيا والاخبار، ولتعزيز التعبئة الاعلامية والسرعة في تقديم المواد لا بد من الوصول الى لا تكرر المطبوعات بعضها الاخر، ليكون لكل منها وجهها ووسطها واكثريتها الخاصة من المواضيع واسلوبها وشكلها.

ان التنفيذ الناجح لهذه المتطلبات التي تعبر عن الضرورة الايجابية لرفع فاعلية الصحافة في المجتمع العربي يعود في كثير من جوانبه الى التحسين الامثل اللاحق للتخطيط - اساس اسس العمل متعدد اجلوانب للجماعات الصحفية.

لذلك ان الاهتمام بالتخطيط كأسلوب للقيادة الابداعية والتحسين المستمر لأنظمتة يكون مسوغا بفوائده، ويجب ان يكون موضوعا للاهتمامات الخاصة من قبل كل هيئة تحرير.

الفصل الثالث
انواع خطط التحرير



الفصل الثالث

انواع خطط التحرير

القسم الاول - الخطة المستقبلية

اولا – فترة التخطيط:

كتب احد خبراء الاقتصاد على اهمية التخطيط المستقبلي لتطوير الاقتصاد الوطني في جميع انحاء البلاد:

"... لا يجوز العمل دون امتلاك خطة مخصصة لفترة طويلة ومعتمدة على النجاح الجدي". ان هذا يتعلق كذلك بالعمل في التحرير.

فإذا لم تملك هيئة التحرير خطة مستقبلية إن لا تكون في وضع يسمح لها بوضع الخطط للأعداد المتوالية للجريدة كعناصر للمجموعة، وان تقود المواضيع بشكل هادف وان تحافظ على وجه الجريدة الذي اعتاده القراء.

فلوضع خطة مستقبلية ناجحة لابد من الاخذ بعين الاعتبار لاهدافها ومهامها. اهداف هذه الخطة هي اعطاء فريق التحرير الاساسي لتحديد الاتجاهات الرئيسية في كتابة المواضيع وطبيعتها، وايضا اشتراط إجراء الحملات التنظيمية التي تكون مطلوبة لضمان عمل الصحفيين الابداعي في كل مرحلة من مراحل الفترة التي تشملها الخطة. والمهام هي تحدد توجهات الجريدة الاساسية في الفترة المذكورة بدقة وضمان العمل الهادف لفريق التحرير وتنسيق عمل اقسامه وشعبه كله.

ومما لا شك فيه ان مثل هذه الخطة يجب ان تكشف امام هيئة التحرير آفاق عملها، اي تشمل فترة زمنية طويلة كافية ومن غير المحتمل ان يكون مفيدا وضع حدود زمنية مشددة للخطة المستقبلية تكون مفيدة لكل هيئات التحرير في الصحف. ان وضع مواعيد عمل الخطة شأن داخلي يخص هيئة تحرير على حدة.

وانطلاقا من التجربة يمكن تقديم توصيات عامة جدا فقط. مثلا ان الخطة المستقبلية الشاملة لكل التحرير، يبدو انه مم المفيد وضعها لاقل من فصل.

لكن مثل هذه التوصيات ايضا يجب ان تصنف حسب انواع الصحف. وتقوم كل هيئة تحرير على حدة بتحرير المواعيد مفسرة اي من اشكال الخطة الموضوعة لهذة الفترة او تلك تعد في ظروفها هي الامثل.

وكما قيل سابقا، بالنسبة لاكثر الصحف اليومية المركزية – "بالاهرام" "السفير" "الحيا ة" والعديد من الصحف الاخرى في المناطق والمدن وغيرها من الصحف المماثلة تعد الخطة المستقبلية الفصلية هي الشكل الامثل لها.

وفي الوقت ذاته يبدون هنا ايضا خططا طويلة الامد اكثر للحملات السياسية الهامة – لنصف عام وحتى لعام كامل واكثر.

لكن الخطط المستقبلية في هيئات تحرير الاسبوعيات وحتى في عدد الصحف المحلية، وبخاصة التي لا تصدر يوميا – صحف المدن والمناطق و متعددة النسخ يمكن ان تشمل فترة طويلة او على الاغلب نصف عام.

و يلاحظ توجه لنحو زيادة فترة التخطيط المستقبلي في مثل هذه المعلومات الى عام كامل.

وفي الوقت ذاته ان عمل الخطط بالمجلات تخصص هنا الفتره نفسها الخاصه في الصحف اليوميه.

تعد الخطط عمل الاقسام المستقبليه كقاعده لتلك الفتره ذاتها التي تعد لها خطط التحرير. و هذا يرتبط بعملية وضع الخطه المستقبليه للجريدة.

و تصادف في بعض الحالات خطط عمل لشهرين او لشهر واحد للاقسام التي تكون بمرتبه مرحلة خاصة للانتقال الى التخطيط الاسبوعي السريع.

ثانيا- بنية الخطه و طبيعتها:

تختلف الخطط المستقبليه لهيئات تحرير الصحف بطبيعتها و مضمونها وحجمها و بنيتها. من حيث الطبيعه ان هذا كقاعده عباره عن الخطط التوجيهيه، أي المبنيه حسب خطوط المواضيع الرئيسه الاتجاهات التي على الجريده تغطيتها خلال فترة عمل الخطه.

ان الخطط المستقبليه تتمتع بمستوى مختلف من التفاصيل – معالج المواضيع ذات التوجهات الرئيسيه، و يمثل عدد من الفصول عادة كل اتجاه، و كل فصل يشار اليه بعنوان ثابت في الجريدة.

و عند التفصيل المعمق يمكن للفصل ان يتألف من عدد من اقسام من الفصول (الفقرات) – لكل قسم عنوانه المناسب. وكل قسم يتألف من عدد من المواضيع لمقالات اساسيه.

و هكذا ان الفارق بين الخطط المستقبليه يتلخص في العدد الوسطي من المواضيع التي تحدد العناوين الثابته الرئيسيه – التوجهات (الاتجاهات) الاساسيه للجريده و تعكس مختلف اشكال تنظيم التخطيط في هيئات التحرير. ففي بعض الخطط يجمع العنوان الثابت موضوعين او ثلاثه مواضيع.

و الاشارات الى التوجهات الرئيسيه و الى الاقسام تعزز هنا في بعض الحالات فقط بصياغة المواضيع الرائده التي تتناسب مع هذه التوجهات. ان مثل هذه الخطه تشكل الشكل طويل الامد و الفريد من نوعه للمطبوعه الذي يعطي الصفه المميزه لكل اقسامها الاكثر اهميه و لخصائص مضمون الموضوعات التي تنشر.

و توضع هذه الخطط المستقبليه في هيئات تحرير كثير من الصحف العربيه.

اما في جريدة ((الاهرام)) فيكون نصيب كل عنوان ثابت حسب الخطه المستقبليه خمسه-ستة مواضيع.

و تتمتع هذه الخطه بالبنيه التاليه. انها تنقسم الى عدة اجزاء كل منها يشير الى توجه الجريدة، مثلا ((مسائل الايديولوجيه: المناقشه الابداعيه الحره، والمواضيع الانتاجيه – و الاقتصاديه)) و ((حماية العمل و الضمان الاجتماعي)) و ((عمل المؤسسات)) و غيرها.

ان الاتجاه يتألف من الفصول التي يشار اليها في عدد من الحالات بالعناوين الثابته و هكذا، ان اتجاه مسائل الايديولوجيا يتضمن الفصول:

((قرارات الحزب الوطني في مدارس العمل اليومي: المواضيع الاخلاقيه و القانونيه)) و ((تعليم الشبان)) و غيرها.

و غالبا ما يكون للفصول اقسامها التي يشار اليها احيانا بعنوان ثابت. مثلا الفصل ((المربي- جماعة العمل)) (من اتجاه مسائل الايديولوجيا) مقدم في الخطه على الشكل التالي:

ثالثا. المربي – جماعة العمل:

1- من خطة خمسيه الى خطه خمسيه. حديث في الرسائل و الوثائق عن النمو الروحي للعامل وعن الدور التربوي للجماعه. المؤلف...نيسان، العشر الاول

2- مساعدونا التقاليد. المؤلف. ..مايو، ايار، العشر الاول.

3- على جانبي عمل المرقابه. المؤلف. ..-رئيس لجنة المصنع، حزيران العشر الاول

4- الصراع و أكثر في سبيل كل فرد. عن كيف حققوا في مصنع الاليات في الحديد الصلب: كل مستوى للتسرب في الكوادر بين الشبان. المؤلف...ايار العشر الثاني.

5- هكذا نعيش. المؤلف. .. ايار العشر الثاني.

و هكذا فان هـذا الفصل يكـشف عـن مواضـيع منـشورات محـدده. لكـن بعد ذلك يأتي في الخطه قسم تحت عنوان. و يصدر كفقره تاليـه للخطـه، لكـن لـه اقسام فقره.

6- الشخصيات الابداعيه الفاعليه:

أ- عصب الابداع. تحقيق عن مصمم الآلات الفريده، الميكانيكي حسن بـدران – المؤلف... ايار العشر الاول.

ب- قوارب صيد الاسمـاك وصـانعوها. تحقيـق مـن عائلـة (حـاده) الـتي عملـت في مصنع قوارب الصيد. نحو نصف قرن المؤلف...حزيران العشر الاول.

7- كلمة المعلم للشبان:

أ- جودة عملك. المؤلف...ايار، العشر الاول.

ب- لمرفه – ثروتك. المؤلف. ...حزيران العشر الاول.

و بعدها يأتي مره اخرى تعداد المواضيع المتعلقه مباشره بالفصل:

8- مهارة المعلمين للعمال الشبان، عن المبادره الجديده لمعلمي مـصنع الـسيارات. نيسان، العشر الاول و الخ.

و بهذا الشكل نجد فصولا اخرى في الخطه منظمه بهذه الطريقه.

ويمكن حساب لا يقل عن خمـسين عنـوان ثابـت مكـرر بانتظـام لهـا طبيعـه متنوعه جدا، مثلا ((الادب و الفن)) (ثلاث مـرات في الـشهر) "اسمـاء معروفـة" (مرتان في الشهر) "المناقشة الاقتصادية الحرة" (مرة في الشهر) ((يوم الوطن)) (مرتان في الاسبوع) في(آخر عامود) يوميا)). عدا ذلك ان لهيئة التحريـر خطـط حمـلات، و ايضا (كاحد عناصر التنظيم العملي للعمل) جدول نشر الـصحفات المخصـصة

لمواضيع معينه و انتقاءات حسب ايام الاسبوع. و بناءا على الخطه المستقبليه و الجدول الخاص بصفحات المواضيع نجد في كل عدد من أعداد ((الاهرام)) تقريبا نشر صفحة موضوعات.

و هكذا، ان الخطه المستقبليه في الاهرام منظمه بنيويا على الشكل التالي:

توجهات الجريده (الخطوط) – الفصول (العناوين الثابته) الاقسام (العناوين) المواضيع الخاصه بالمقالات.

و مثل هذه البنيه تمتلك خطط العديد من الصحف السياسيه العامه و الفروع و ايضا الصحف الحزبيه المحلية في المناطق والمحافظات.

ان الرفع اللاحق لمستوى تفصيل الخطط المستقبليه ليس مفيدا ولانه سيؤدي حتما الى الى كبر حجم الخطة وقلة فاعليتها.

وعادة او احيانا يشكلون الخطة المستقبلية حسب الاقسام. و في هذه الاثناء يقسمونها الى اجزاء تتناسب مع اقسام التحرير و ليس مع الاتجاهات الاساسيه للجريده و بالنتيجه فان بنيتها تكتسب الشكل التالي: قسم التحرير – الفصل (العناوين الثابته) – الاقسام (العناوين) – المواضيع و ان هذا النوع من الخطط لا يعفي العاملين في السكرتاريا من تنسيق بعض اجزاء الخطه و مقارنتها و تحريرها.

وعلى السكرتاريا حتما مقارنة ملاحظات الاقسام كي تظهر و تحول دون تكرار المواضيع و العناوين، و كي تفترض التنوع الضروري للمنشورات و اجناسها وتنظيم مواعيد إعدادها و تقديمها الى السكرتاريا.

ان وضع الخطه المستقبليه على اساس جدول النشر لصفحات المواضيع الاساسيه والفصول التي نادرا ما نصادفه في ممارسة الصحيفه يجب الاعتراف بأنه غير فاعل.

و ان تحديد الاتجاهات الاساسيه من حيث المواضيع للجريده يتراجع في غضون ذلك الى المرتبه الثانيه بخضوعه لوتيرة منشورات الفصول في المطبوعة.

— حجم الخطه:

ان الخطط المستقبليه في هيئات تحرير الصحف تختلف من حيث احجامها. فان خطة ((الديار)) اللبنانيه الفصليه تتألف من عدد من الصفحات المطبوعه على الكمبيوتر.

في حين ان خطة صحيفة ((الاهرام)) تتألف من برشور يتألف من 30-35 صفحة. و الخطه المستقبليه في صحيفة ((الحياة اللندنيه)) تتألف من 120-130 موضوعا.

اما الشرق الاوسط التي تصدر بشكل دوري من حوالي 300.

ان حجم الخطه المستقبليه مرتبط بشده ببنيته: ففي بعض الحالات تحدد التوجهات الأساسية الخاصة بالمواضيع بصورة مضغوطة، وفي بعضها الأخر من الحالات، تحدد و تفك رموزها بالاشاره الى اهم العناوين (الاقسام و الفصول) و المواضيع الرائده.

وهكذا فان مستوى تفصيل الخطط المسقبليه يمكن ان يكون مؤشرا الى الاختلافات في احجامها. و يحددها المستوى بعدد المواضيع المخطط لها و المنشوره و العناوين التي تظهر باستمرار.

يبدو و اضحا من الامثله التي اوردناها ان خطة الجريده المستقبليه لصحيفة ((الشرق الاوسط)) تتمتع باعلى مستوى تفصيل:

ستة مواضيع، عنوان ثابت واحد في كل عدد. وخطة ((الاهرام))

المستقبليه مستوى متوسط عن التفصيل: انها تشترط ثلاثه الى اربعة مواضيع و عنوان واحد دائم لكل عدد.

الخطة المستقبليه الاقل تفصيلا نجدها في جريدة <<الديار اللبنانيه >> يخططون هنا لموضوع او موضوعين في كل عدد.

و يرتبط حجم الخطه بطبيعة تنظيم عمل جهاز التحرير و اشكاله. ففي الجماعات التي تضع الخطط الاقل تفصيلا و تعالجها نجد فصلا واضحا بين الوظائف و المهام الخاصه بالتخطيط الجاري و السريع و المستقبلي.

و ان الخطط المستقبليه التي تتمتع بمستوى اعلى من التفصيل تتضمن في ذاتها عناصر الخطط الجاريه و السريعه الى ان يستبدلوا بها غيرها.

ان مثل هذا التخطيط يتطلب بلا شك و قتا طويلا و جهدا كبيرا، الامر الذي يمكن تعويضه عند التخطيط السريع.

لا يجوز بأي شكل من الاشكال ولا بأية حال من الاحوال استبدال الخطه المستقبلية بالخطه السريعه، كما يحدث ذلك احيانا في الصحف التي فيها اعلى مستوى من التفصيل.

ان الخطه المستقبليه التي يحاولون فيها اشتراط هذا و ذاك كله غير قابله للحياة كقاعده. انها كبيره جدا كي تصبح اداة بيد السكرتاريا عند اصدار الاعداد وتنسيق عمل الاقسام.

رابعا – وضع الخطه:

يولد التخطيط المستقبلي للتحرير في الاقسام. فإن الصحفيين عندما يضعون الخطه يدرسون قرارات الحكومه و المؤسسات الفاعله في المجتمع و قرارات اجهزة الاداره المحليه.

وعلى واضعي الخطه ان يمتلكوا تصورا واضحا للمسائل الماثله امام الدوله و المنطقه و المدينه، و عن توجهات والاتجاهات التي سوف تتطور في صناعتها

وزراعتها و ثقافتها. و على العاملين في القسم ان يكونوا مطلعين حتما على الخطط في الاقسام المتناسبه لهيئة التحرير.

و تعد رسائل القراء و نصائح كادر المؤلفين و اقتراحاتهم من خارج الملاك المصدر الذي لا ينضب للمواضيع الجديده.

يسعى القسم الى تحقيق هدفين في آن واحد: الاسهام في وضع خطة التحرير و في الوقت ذاته اعداد خطته المستقبليه.

وبالطبع، استخدام خطط الاقسام التي تشترط الحد الاقصى من عدد المنشورات أي المواضيع التي تيسر وضع خطة التحرير.

و تسهل هذه المهمه ان برزت في خطة القسم اهم الاتجاهات و المواضيع الرائده للنشر. عندئذ يكون باستطاعة العامل في السكرتاريا الذي يمارس الجمع بين مشاريع الاقسام في خطة التحرير تقدير ان كان القسم قد حدد بشكل صحيح اهمية هذا الاتجاه او ذاك، او هذا الموضوع او ذاك.

عدا انه يعير الاهتمام الكبير لابراز المواضيع التي تحل مكان بعضها، و للتوزيع المتوازن للوقت المخصص لإعداد المنشورات القادمه، و لضمان تعددية الاجناس الصحفيه الضروريه.

يعمل السكرتير المسؤول نفسه على مسائل التخطيط المستقبلي في صحيفة ((الجماهير)) الصادره في مدينة حلب وعن جمع مشاريع الاقسام في خطة التحرير المستقبلية فهو يلخصها عادة ذلك لان الخطه الكبيره و المفصله تقلل من قيمة التوجه اليه و تبعد الرئيس منها بجملة كبيره من المسائل الثانويه.

ان خطط الاقسام في هذه الجريده اوسع بكثير من خطة التحرير من حيث عدد العناوين و المواضيع التي تحددها.

و ان منهجية التخطيط المستقبلي المشابهه لتلك التي تستخدم في ((الجماهير)) مفيده اكثر في الصحف التي فيها سكرتاريا تحرير صغيره.

يبدأ العمل بالخطط المستقبليه للاقسام بعد توافقها مع خطة التحرير و مصادقة زمالة المحررين عليها. ولا يجب على خطة التحرير المستقبليه ان تتألف من مجموعه بسيطه من خطط كل الاقسام في التحرير.

و الاختلاف بنهما يتمتع ليس فقط بطبيعه كميه، بل و بطبيعة نوعية ايضا. بعد مناقشة خطة التحرير المستقبليه و اقرارها ان مهمة كل قسم هي تعينها في الخطط الجاريه والمستعجله.

القسم الثاني – الخطه الاسبوعيه:

مهما كانت الخطه المستقبليه دقيقه و شامله و عقه لا يمكن بالطبع و ضع كل المواضيع التي تطرحها الحياة اليوميه فيها.

ففي الخطة الربعيه و نصف السنويه غالبا ما لا يحددون المنفذين المحددين و المؤلفين. و اخيرا، ان هذه او تلك من فصول الخطه المستقبليه (خاصه تلك المتعلقة بالحلات السياسيه و الاقتصاديه في الاحداث في حياة البلاد الاقتصاديه و الثقافيه) تتطلب القاعده معالجات سريعه اضافيه.

ان هذه المسائل تحمل خلال عملية التخطيط السريع (المستعجل). و كما قيل سابقا، توضع في بعض هيئات التحرير على اساس الخطط المستقبليه خطط عمل لشهر او لشهرين. و انه محدده اكثر من الخطط المستقبليه بكثير و تمتلك كقاعده، طبيعة المواضيع و مبنية حسب اقسام التحرير.

و تقدم منها صياغات مواضيع اهم المنشورات خلال فترة محدده، و تبدو مسؤوله عن الإعداد و من اجناس المواد و اشكال تقديمها للصفحه الخاصه بالمواضيع، الانتقاء و الخ.

و ان مثل هذه الخطط توضع و تعالج في الاقسام، اما السكريتاريا فتجمعها في الخطه العامه للتحرير.

لكن الخطط الاسبوعيه تعد اخرى. ان الخطه الاسبوعيه يجب ان تكون مبنية للاطلاع الواسع والدقيق للاقسام. فان المحرر أو رئيس القسم المطلع جيدا يمكن ان يتصور بوضوح كبير وتام الاسبوع القادم وابراز الاحداث الاساسية، وتحديد الخطوط الرئيسية ((بدون اخطاء)) وموضوع الساعة. وهو ينتقي من احتياطة تلك المواد بالذات التي من الضروري نشرها في الاسبوع القادم.

وان لم يعثر على مقالة ضرورية في جعبتة، أي جعبة القسم،يكون الوقت كافيا للطلب من المحرر الخاص، أو المؤلف الخاص وارسالة بالسرعة الممكنة بمهمة محرر في مجال الادب من الجهاز المركزي- فالوقت مايزال كافيا. وفي هذا تكمن احدى افضليات التخطيط الاسبوعي.

1ـطبيعة الخطة الاسبوعية وبنيتها:

ان الخطة الاسبوعية ليست توجيهيه وانما هي موضوعية.لذلك تمتاز،كقاعده، بالمستوى العالي من التفصيل. وبخلاف الخطة المستقبلية تدخل فيها ليس فقط الاقسام الرئيسة والعناوين والمواد (المواضيع القوية)، بل وتقدم فيها صياغات دقيقة وواضحة لمواضيع المواد الهامة كلها، المؤلفين والحجم التقريبي بالاسطر ومواعيد تقديم المواد الى السكرتاريا (او تواريخ نشرها في الجريدة).

وما يسمى بالاخبار المستعجلة وغيرها لا يمكن ان تلقى انعكاسا لها في الخطة الاسبوعية.

ان الخطة الاسبوعية هي، كقاعدة، خطة تحرير، وتوضع من قبل السكرتاريا ويمكن لكل قسم ان يخطط على اساسها لعمله الجاري كله، وينهي المواد المشار اليها في الخطة الاسبوعية وتحضيرها.

ويستخدم في ممارسة التحرير نوعان من الخطط الاسبوعية يمتازان بينهما.ففي اساس النوع الاول بناء الخطة حسب الاقسام، وفي اساس الثاني بنائها حسب الايام وحسب الاعداد.

للنظر في اول نوع من هذين النوعين.يشار في كل فصل من فصول الخطة الى المواد الخاصة بأي قسم من اقسام التحرير التي من المتوقع نشرها خلال اسبوع. وان هذا البناء للخطة يعطي السكرتاريا افضلية معينة سانحة لها بمراقبة العمل بدقة في كل قسم من اقسام التحرير التي ترى بوضوح المهام الماثلة امامها خلال الاسبوع القادم.

واليكم مثال الخطة الاسبوعية المبنية على هذا الشكل في صحيفة ((الحياة الزراعية))

الخطة الاسبوعية

من 4-حتى11 شباط

قسم الحياة العلاجية والدعاية

الافتتاحية: النشاط العام في المزرعة180 سطرا.

الحياة العلاجية:تدعم الاسلوب الشامل فب التربية.اعتمادا على تجربة الافضلين(عن الضمانة الاديولوجية للمهام الاقتصادية) 320 سطرا.

الحياة النقابية: اجتماع العمل يقرر.

رئيس اللجنة الفلاحية في منطقة محددة الوضع الاقتصادي في منطقة عمل ما من البلد 250 سطرا.

احاديث في مواضيع سياسية –اجتماعية معاداة الصهيونية.400سطر.

الحياة العلاجية. قيادة المناقشة. المعلمون يحددون مجراها. المراسل الخاص.منطقة من الحسكة مثلا.250سطرا.

قسم الزراعة

نحو اعلى مستوى من المحصول الحبوب. 350 سطرا.

دعوة فرق العمل للعمل لانتقاء المواد الاساسية: كلمة رئيس فريق العمل لمجموعة العمل الزراعية من منطقة درعا ومقابلة مع رئيس نقابة الفلاحين في درعا.الحجم الاجمالي: 250-300سطر.

التجربة الرائدة- للجميع. الخدمة الزراعية في الحقول.المرايل الخاصة محافظة الرقة.300 سطرا.

انتباه: جديد ! قاطع السطح ضد التآكل المائي. مجموعة خبراء زراعيين 150 سطرا.

قسم الاخبار

تعليق المعقب العلمي:

1- في العدسة- الشمس في المخبر في المدار. كل منها بـــ300سطرا.

ريبورتاج اليوم القناة تذهب في الصحراء. المراسل الخاص ((الجزيرة)) 150سطرا.

احاديث عن الطبيعه، عواصف شتويه 180 سطرا.

دليل الحياه الريفيه. مقفز الورق. المراسل الخاص 160سطرا.

حياة الشرطه و دورها في حفظ الامر و تسهيل العوائق امام جمع المحصول و الحد من الفوضى و الهدر، و مراقبة المخالفات 200 سطر.

قسم الحياة الدوليه

لقاءات مع مزارعي الولايات المتحده الامريكيه، و الدول المتطوره الاخرى:

1- ضوء التقدم و ضلاله

2- في ولاية ويسكو نسين.

3- على اراضي ايوا. كل منها 250 سطرا.

تنبوءات و ساعه حول التعاون (جمهورية المانيا الاتحاديه) 260 سطرا.

و ان النوع الثاني من الخطه الاسبوعيه يتمتع ايضا بافضلياته، يسمح تصور مضمون كل عدد من الجريده بدقه، ويسجل ((اسهام)) كل قسم في التحرير في تكوين الأعداد الصادره.

فان استخدمنا النوع الثاني من الخطه الاسبوعيه فإن الخطه تكون على الشكل التالي:

خطة الاسبوع

من 4 شباط حتى 11 شباط

الثلاثاء، 4 شباط

1- الافتتاحيه: لجنة فلاحيه في القريه. قسم الحياه الفلاحيه و الدعايه 180 سطرا.

2- الحياة النقابيه: اجتماع الفلاحين يقرر. و رئيس اللجنه الفلاحيه في القريه المحصول الزراعي في منطقة تل ابيض. قسم الحياة الفلاحيه و الدعايه 250 سطرا.

3- نحو اعلى مستوى محصول من الحبوب. محافظة الرقه. قسم الزراعه. 350 سطرا.

4- الالآت تقف على اهمية الاستعداد المراسل الخاص. منطقة تل ابيض قسم الاآليات 200 سطرا.

5 - انتباه: جديد ! آلية ذات شراعين (من مزارع الدجاج في الحسكه)، مهندس زراعي في مدينة دمشق. قسم العلوم و التجارب الرائده في كلية الزراعه جامعة حلب 160 سطرا.

6- موضوع النهار: فطور مدرسي. قسم الثقافه و المدارس الريفيه 150 سطرا.

7- لقاءات مع مزارعي الولايات المتحده الامريكيه ضوء التقدم و ظلاله قسم الحياة الدوليه 250سطرا.

8- الحياة الرياضيه في القرية. مقفز الورق المراسل الخاص قسم الاخبار 180 سطرا.

الاربعاء، 5 شباط.

1. الافتتاحيه: اخبار اكثر اقسم الحياة و البناء.
2. احاديث حول مواضيع الاجتماعيه – السياسيه فضح: الصهيونيه دون قناع. قسم الحياة الفلاحيه و الدعايه 400 سطرا.
3. التجربه الرائده – للجميع الخدمه الزراعيه المنطقه. المراسل الخاص. منطقة تل أبيض. قسم الزراعه 300 سطرا.
4. وزارة الداخليه السوريه تعرض مجددا مناطق جديده لتربية المواشي 150 سطرا.
5. ريبرتاج النهار. القناه تذهب في الصحراء. المراسل الخاص. دير الزور قسم الاخبار. 150 سطرا.
6. لقاءات مع مزارعي الولايات المتحده. في ولاية فيسكو نسين. قسم الاخبار الدوليه 200سطرا.
7. حياة الشرطه هل توضح السمار ؟ منطقة قسم الاخبار 200 سطرا.

ان انتقاء هذا النوع او ذاك من الخطه الاسبوعيه تمليه ظروف العمل المحدده في التحرير و امكانياته الفعليه و غيرها.

ان الخطه الاسبوعيه تسوغ بشكل ملموس اكثر اثناء الحملات الاقتصاديه الهامه، الزراعه الربيعيه.

ففي نيسان   ايار ان الصحف الاكثريه الساحقه من المحافظات و المناطق تخصص مساحات كبيره لتغطية الاعمال الزراعيه. و تحتل الاخبار السريعه و الريبورتاجات و الاخبار و الصور الفوتو غرافيه من الاراضي الربيعيه مكانة هامه في كل عدد على الصفحات الاولى.

ويوفد ويتسارع المراسلون الخاصون لتنظيم هذه المواد، وتصل الى هيئة التحرير جملة كبيرة من الاخبار المنظمة وغير المنظمة من العاملين من الملاك وخارجه ومن الاجهزة الحكومية والاقتصادية، ومن الواضح انه اثناء وضع الخطة المستقبلية من المستحيل افتراض مفاجآت الربيع وخوصية الاعمال الربيعية. ومن الصعب اخذ كل شي بالاعتبار في الخطط الشهرية المواضيعية ايضا لفترة الحملة الزراعية – الربيعية (ان كانت تمارس عملية اعداد الخطط ايضا هذه).

تحمل اثناء الزراعة الربيعية اعداد كبيرة ومسائل متنوعة، ففيها يشارك آلاف الناس منهم الميكانيكيون وغيرهم من الاختصاصيين والقادة، وتخرج الى الاراضي اعداد هائلة من الآليات الزراعية.

ومن غير النادر تدخل الطبيعة الى خطة العمل تعديلات جوهرية كثيرة، الامر الذي يؤدي الى تغيير مواعيد العمل، والاساليب الزراعية التكنولوجية وشروط استخدام التكنولوجيا، وتتوالد كثير من الاقتراحات العقلانية.

اما الجريدة فلا تستطيع التأخر عن الاحداث.

ومن الساذج توقع ان الاحداث، ستظهر بذاتها كيف تضاء الجملة بشكل افضل، الامر الذي تساعد فيه المواد المستعجلة من الخط الامامي للعمل.

ان الخطط الاسبوعية تساعد الاضاءة متعددة الجوانب والمؤهلة، وفي الوقت ذاته السريعة لهذه الحملة الاقتصادية الوطنية او تلك، وتصل بها الى افضل شكل ويتصور رئيس القسم جيدا على ماذا يجب تركيز الاهتمام الخاص في الاسبوع القادم وما المسائل التي لا تحتمل التأخير؟

تضاء بالدرجة الاولى، وما هي التي تستطيع الانتظار. وبناء على ذلك تقدم المهام المحددة ويكلف بها المراسلون الخاصون، وهم بدورهم يقدمون الى جهاز التحرير المواد المتنوعة من حيث المواضيع والاجناس ملحقة من حيث المضامين.

ان هذا، بالطبع لا يعني ابدا ان الاشياء السريعة عن الارقام القياسية وعن الابطال وعن اهم مراحل العمل ستكون مستبعدة، فلهذه الاخبار امكنة على صفحات الصحف.

2ـ سير الخطة الاسبوعية:

ان مضمون خطة التحرير الاسبوعية تحدد في كثير من جوانبها في اجتماعات زمالة التحرير المستعجلة، حيث تناقش اكثر القضايا مدة التي تعمل على حلها هيئة التحرير في الجمهورية او المنظمة او المدينة والتي تنبع من المهام الراهنة للبناء الحضاري.

ومع هذا فإن رؤساء الاقسام ويقدمون طلبات اسبوعية (تقارير)الى السكرتاريا بعد وضعها.

الاسبوع مدة قصيرة نسبيا. وكما قيل سابقا، ان رئيس القسم يستطيع الاسترشاد به بدقة مطلقة تقريبا، وبدون اخطاء تحديد المواضيع الرئيسة التي يجب ان تغطيها الجريدة خلال الاسبوع القادم.

ويشير في التقرير الاسبوعي الى عناوين المقالات والملاحظات، والتحقيقات والريبوتاجات المخطط لها، والى الاحجام الدقيقة او التقريبية لهذه المواد، والى المواد المخصصة لحدث ما او لمناسبة هامة، تحدد كذلك الايام التي يجب ان تنشر فيها هذه المواد.

ولسهولة العمل والتنويع بالتناسب مع الطلبات المقدمة الى جهاز التحرير توجد استمارات. وتكون على الشكل التالي تقريبا:

الطلب:

قسم ــــــــــــــــ

للأسبوع من ــــــــــــــــ حتى ــــــــــــــــ

العنوان الثابت	العنوان	المؤلف	الجغرافيا	عدد الاسطر

رئيس القسم

تقوم الطلبات في نهاية الاسبوع وتجمعها السكرتاريا في جدول موحد. ويتخذ في هيئات التحرير عادة "معيار" معين للطلبات:

ان قائمة بالمواد المخطط لها من قبل الاقسام للاسبوع التالي لا يمكن ان تكون بلا حدود.

وسيكون من الخطأ نقل كل الاقتراحات الى خطة الاسبوع بشكل تلقائي، عنما نرى انها غير قابلة للتنفيذ. ففي هذه الحالات تكون على السكرتاريا لزاما ان تواجه الانظار، انظار الاقسام الى عدم واقعية القائمة والطلب منهم جعلها ضمن "المعيار" ويحدث ان يوضع بصورة مستعجلة (على عجل) ويكون فيه شكليا حدا رغبات القسم بـ (دفع) المواد المكدسة، يكون فيه كل شي دون معنى.

وبالطبع لا بد من اعادته فورا الى قسم وتوصية رئيس القسم بالعمل بشكل ابداعي على وضع الخطة.

اليكم كمثال الخطة الاسبوعية (الطلب) لقسم الزراعة في جريدة "نضال الفلاحين"

الخطة للايام من 5-12 نيسان

1. وحدات الآليات تزرع خلال اسبوعين منطقة سهل الغاب فبادروا المباراة يكافحون في سبيل الاستخدام عالي الانتاجية للتكنولوجيا 200 سطر (من هكتارالى هكتار).

2. مئة الى مئة – اضافة الى المحصول، من زراعة مساحات جديدة بالحبوب وغيرها. مناطق عين العرب تل ابيض، سهل حوران وغيرها من مناطق القطر 250 سطرا.

3. الحساب بالساعات والدقائق. الامر الذي يتخذ في مناطق الاراضي القريبة الساحل السوري في سبيل الاستخدام عالي الانتاجية للتكنولوجيا في الزراعية 220 سطرا.

4. رفع مستوى فائدة الاراضي الجففة. ان مزارعي المنطقة الشرقية يضمنون بمثال الزراعة في الاراضي المستصلحة الحصول على محصول كبير 200 سطر.

5. قوة التسميد – للمحصول من الاستخدام الفعال المعني في الزراعة الربيعية في مناطق تل ابيض – الحسكة – دير الزور 250 سطرا.

6. افضل مواعيد – افضل زرع.

سابقات الميكانيكيين الزراعيين في سبيل تقليص المواعيد ومن اجل نوعية ممتازة لزراعة الربيع. ؟ مناطق ادلب – حماه – حمص 220 سطرا.

كما نرى الاستمارات (الطلبات) قد وضعت مع ذاك الاعتبار كي يتم الحديث على صفحات الجرائد عن سير الاعمال الزراعية، في مختلف مناطق البلاد. واخذ القسم بعين الاعتبار ظروف المناطق الجبلية وخصائصها في حدوث مواضيع المقالات

واشار كذلك الى الاحجام التقريبية للمواد.

وبعد ان قبلت الطلبات وادخلت في الخطة الاسبوعية العامة للتحرير اطلع عليها في نفس اليوم المنفذون – المراسلون الخاصون والعاملون في الجهاز المركزي للجريدة الذي كان عليه السفر فورا في مهمات.

واعطيت التعليمات المتشددة للمنفذين بالالتزام الدقيق في المقالة بالموضوع والكشف عن التجربة وإجراء التحليل للوضع والكشف عن النواقص وفي الوقت ذاته عدم نسيان الزراعة.

واظهار كيف يستخدمون في ايام الاعمال الزراعية كل عوامل زيادة مردود الاراضي الزراعية الربيعية، لكن المقالات المخطط لها بالذات كانت رئيسة وهي التي حددت وجه الجريدة.

و"للجغرافيا" اهمية ليست قليلة عند وضع خطة التحرير، اي جغرافيا المواد. ان كل صحفي خبير يعرف كيف تنشأ على صفحات الجريدة "الالتواءات الجغرافية" بسهولة ودون ان تلحظ بسبب مختلف الاسباب الموضوعية.

ففي احدى المناطق يجلس المراسل الصحفي الخاص القوي وكثير الحركة، وفي منطقة اخرى صحفي ضعيف ومفاجئ، هناك طرق جيدة وعلاقة ممتازة.

واشخاص نشطاء من المؤلفين، وهنا لا وجود لذلك والنتيجة، تصل الى جهاز التحرير كل يوم اخبار جديدة من احدى المناطق، واما حياة المناطق الاخرى لا يلقى عليها الضوء.

ان الخطة الاسبوعية تسمح بالمتابعة المنتظمة، لجغرافيا المواد وتصحح بسرعة "الالتواءات" المذكورة.

ويمكن الصعب وضع جدول قدوم المواد من المناطق. ويبدو هذا الجدول على الشكل التالي:

"جغرافيا المنشورات في عام 2000م.

المنطقة المدينة

المنطقة	الاسابيع وعدد المواد المنشورة				مجموع الاسطر
	7-1	9- 16	25-18	30-27	
1- الحسكة	11	111	1	1111	1140
2- الرقة	11111	111	1111	11	2065
3- دير الزور	111	11	1111	11	1360
4- ادلب	1	1	111	1	710
5- حماه	11	-	1	11	270
6- اللاذقية	-	-	-	-	-
7- حمص	-	-	-	-	-
8- حلب	-	-	-	-	-
9- درعا	-	-	-	-	-

توضع مثل هذه الجداول في اجهزة تحرير صحف المناطق حسب مجالس القرى (التجمعات الفلاحية والمصانع).

ان الجدول يعبأ يوميا وتؤخذ بالحسبان المواد الكبيرة والصغيرة. وفي نهاية الاسبوع يقدم معاون السكرتير المسؤول (او اي صحفي آخر يكلف بمتابعة "جغرافيا" المواد) تقريرا عن المناطق التي القي الضوء عليها في صفحات الصحيفة بصورة واسعة، وماهي المناطق التي "لم يحالفها الحظ" ويتم التركيز على "النقاط البيضاء": اي تلك لمناطق او الاقاليم التي قدمت منها المواد خلال اسبوع، ومن الممكن، خلال فترة اطول لم تظهر ابدا عند وضع القسم تقريره الاسبوعي.

تنتقل عملية التخطيط الاسبوعي مباشرة الى عملية مراقبة تنفيذ الخطة. وان وضع الخطط الاسبوعية ومعالجته يعد مراقبة ما للخطة المستقبلية.

وان السكرتاريا عندما تدقق فيما بعد تنفيذ الخطط الاسبوعية تراقب العمل الجاري لاقسام التحرير و تجعبهم وتفسراسباب عدم تنفيذ هذه الفقرة او تلك من الخطة، وتنظم المساعدة المستقبلية للاقسام.

القسم الثالث: بنية عدد الجريدة وخطته

إن خطة عدد الجريدة هو العنصر النهائي والأهم في نظام التخطيط والتحرير: يتعلق بها في نهاية المطاف: اي عدد سوف يصل إلى القراء؟ إن وضع خطة العدد وتجسيدها فيما بعد على الواقع يجملان كل عملية نشاط فريق التحرير.

وكما قلنا سابقا، إن إعداد العدد للصدور يبدأ قبل التخطيط له بفترة طويلة.

فمن حيث المبدأ، إن أسس كل عدد على حدة « موجودة » في خطة الجريدة المستقبلية- نصف السنوية أو الربعية، وتحدد في مختلف الخطط الجارية، وبخاصة الخطة الأسبوعية.

وإن أحد أهم شروط البحث عن أفضل شكل لإعداد الجريدة هو الحسبان متعدد الجوانب لمتطلبات الزمن المسجل في نظام التخطيط المستقبلي، والجاري، والمعد جيدا، والإلزامي أيضا عند معالجة خطة العدد المستقل.

والشرط الثاني الذي لا يقل أهمية هو الأحداث والتطوير المستمر للشكل البنيوي للجريدة عموما، الأمر الذي جرى الحديث عنه في الفصل الثاني.

فإن العاملين في سكرتاريا التحرير ينطلقون عند تخطيطهم لعدد معين، وعليهم أن ينطلقوا من شكله البنيوي. لكن شكل العدد المعين هو تكيف وتحديد

الشكل العام للجريدة وتحديده الذي يحدد صفاتها الأساسية كلها. وبهذا الشكل فإن خطة العدد تحدد من قبل بنيته.

أ-بنية عدد الصحيفة:

إن بنية العدد مشروطة بعدد من العوامل. أهمهما اثنان الأول - الاجتماعي- الديموغرافي- تركيبه جمهور القراء. إن هذا الجمهور ليس متشابها: إنه موزع على عدة فئات لكل منها اهتمامها ومتطلباتها.

وفي أساس تكوين بعض فئات مؤشراتها الديموغرافية، مثل العمر أو الجنس أو القومية. وتحصل المؤشرات الاجتماعية على أهمية أكثر، لأنها تحدد دور القراء في عملية الإنتاج وفي مجالات أخرى في الحياة، حياة المجتمع.

وهي مهنة القراء، ومشاركتهم في نشاط المنظمات الاجتماعية والحزبية المختلفة وغير ذلك.

العامل الثاني الذي يشترط بنية العدد هو المهام الماثلة أمام جهاز تحرير الجريدة والأهداف التي تضعها أمامها هذا الجهاز الحكومي، أوالاجتماعي، أو ذاك الذي يشرف عليها.

إن بنية كل عدد من أعداد الجريدة مدعوة لتوفير التأثير الأكثر، مما تنشر بهدف تنفيذ المهام المطروحة في اللحظة الراهنة أمام فريق عمل التحرير الذي يصدر الجريدة. وهي تتمتع بثلاث جوانب خاصة، لكنها مترابطة.

الجانب الأول يقدم في العدد النظام لمنشوراته. والثاني كنظام لمواد مختلف الأقسام. والثالث كنظام لعدد لصفة العدد.

إن كل منشورة في العدد ما هي إلا عنصر في نظام كامل لمواده. وانطلق أكثر الباحثين من هذه الفكرة إذ قارنوا تحرير المطبوعة الدورية بالفرقة الموسيقيه،أما الجريدة بالحفلة الموسيقية التي تقدمها هذه الفرقة.

وفي «حفلة الجريدة السياسية» هذه إن كل مقالة تشبه الآلة الموسيقية،تؤدي دورها،وتقدم دورا معينا، وتنفيذ مهمة خاصة محددة بالعمل المشترك مع الأدوات الأخرى كلا متكاملا.

وإن عملها المشترك يسمح لهيئة التحرير بإحداث «بعث» على صفحة الجريدة لوحة الحياة في كل تنوعاتها وفي لحظة تطورها المتسارع.

وفي الحقيقة إن عدد الجريدة يتألف من العديد من المواد التي تختلف بطبيعتها واختصاصاتها،وأهدافها.وتقسم إلى جزأين كبيرين- النص و الصور، أي النصي والتوضيحي.

إن المواد المكتوبة النصوص) تشكل بدورها عددا من الفئات المختلفة نوعا:

الصحيفة، الرسمية، والأحصائية، والعلمية، والتقنية، والأدبية، والفنية، والتسالي، الإعلانية. وإنها كلها حتما توجد في مجموعة الجريدة وبدرجة مختلفة، وفي كل عدد بين أعدادها.

وتوضع بين منشورات العدد مختلف الروابط ويحدث العمل المشترك.إن بنية العدد يحدد بدرجة معينة بدور هذه المواد.

تتمتع بأهمية خاصة المواد الصحفية.إنها تشكل أساس أي عدد، وتحتل الجزء الواسع عادة في المساحة.

وإنها تشترط بتأثيرها على باقي المنشورات بقوة كبيرة ظهورها وشكل تقديمها في الصفحات.وتشكل المواد الصحفية ما يشبه النظام الخاص الذي عناصره هي المنشورات بمختلف الأجناس الصحفية- من النبأ الإخباري حتى التحقيق والمقالة الساخرة.

يتكون العدد من: أقسام وعناوين ثابتة لها طبيعتها المواضيعية، («الحياة الاجتماعية» و «الرياضية» وغيرهما) التي تحدد طبيعة المنشورات -(«القسم

الرسمي»، و «دليلنا» وغيرهما) التي لها طبيعة النوع الصحفي («التحقيق» و«زاوية السخرية» أو «الأخبار»، «الريبورتاج»، أو«المقابلة الصحفية» وغيرها).وبالعلاقة بنوع المطبوع إن هذا أو ذاك من الأقسام أوالعناوين يمكن أن يكون ذا دور كبير صغيرا فيها.

وهكذا، إن الحياة الاجتماعية في الصحف، تلعب دورا أساسيا. وتعد العنصر الأساسي والإلزامي في عدد صحف المناطق والمدن أو الصحف السياسية الجماهيرية. ففي جريدة «الأسبوع الأدبي» تدفع إلى المقدمة المواد الأدبية – الفنية إلى جانب المواد الصحفية الأمر الذي يجد انعكاسا له بنية عددها.أما في عددجريدة عمالية متعددة النسخ تصبح الأقسام والعناوين الثابتة التي توفر نشر المواد التكنولوجية-«الصفحة التكنولوجية» «زاوية الجدد» وغيرها العنصر الضروري الإلزامي. و في الصحف المسائية التي تتمتع بطبيعة إخبارية في الأساس تشغل المواد الأعلانية والدليل المساحة الكبرى في كل عدد.

إن دور المشورات وأهميتها في العدد والتي تكون معدة من قبل مختلف الأقسام غير متساوين في المعنى والأهمية. إن عدد الجريدة ليس فقط ناتج حسابي بسيط للأسطر المقدمة بصورة متساوية من قبل الأقسام للسكرتاريا.

فالأهمية الأولى تحصل عليها المنشورات التي تعكس العمليات الجارية في أهم مجالات الحياة الأجتماعية، مثلا في الاقتصاد، والتي تلقي الضوء على نشاط المؤسسات الاقتصادية وتصبح المواد المعدة من قبل الأقسام المناسبة- الاقتصادية والحياة الاجتماعية، وهي الأهم والإلزامية. إنها تنشر في كل عدد، ويترك لها دائما مساحة واسعة.

وفي الوقت ذاته إن المواد التي تلقي الضوء على الأحداث، لنقل، في مجال الفن أو الرياضة التي تعدها أقسام الثقافة أو الحياة أو الأخبار تشغل في عدد الجريدة الاجتماعية واسعة الانتشار مكانا قل

او أنها تغيب أحيانا في بعض الإصدارات. إلا أنها في جملة الجريدة يجب أن تقدم حتما مواد التحرير كلها.

وهكذا إن بنية العدد مشروطة كذلك بدور مواد مختلف أقسام التحرير، وبمكانها على صفحات الدورية.

وأخيرا،بالنسبة لتشكيل العدد يتمتع نظام صفحاته بأهمية كبيرة. إذ يجب على العدد أن يكون بمنزلة وحدة ليس فقط المنشورات فيه، بل ووحدة الصفحات. فكل واحدة منها تتمتع في جريدة معينة بخصائصها ومرتبطة بالصفحات الباقية.وإن طبيعة العدد تحدد هذا الأمر بكثير من جوانبه.

إن لصفحة في كل جريدة لها طبيعتها الخاصة.وليس مصادفة أن يستخدم الصحفيون مصطلح «مادة الصفحة الأولى»- هكذا يسمون المقالة الهامة التي لابد من لفت أنظار جماهير القراء إليها. فتنشر عادة في الصفحة الأولى الافتتاحية والأخبار السريعة والأكثر حيوية، والمواد الرسمية والوثائق- الأخبار عن المؤتمرات الحزبية و العلمية وعن اجتماعات الحكومة وعن جلسات مجلس الشعب، والإيضاحات الجلية.

و عند الضرورة تنقل إليها كذلك المواد التي تنشر عادة صحفات أخرى من العدد- الأنباء والريبورتاجات وغيرها إن اعتبرت هيئة التحريرأنه لابد من لفت الأنظار إليها.وينشرهنا أيضا ما يشير إلى أهم المقلات في العدد،أما في «الحشوة»- إلى جانب اسم الصحيفة فتنشر الشعارات أو الدعوات التي تعبر عن المسائل الرئيسية في هذا اليوم.

وفي الصحفة الأولى يدؤون المواد الهامة، لكنها الكبيرة من حيث حجمها والتي تتم في الصفحات الأخرى.

أما الصفحة الأخيرة فلها طبيعتها الخاصة. ففي الأكثرية العظمى من الصحف تنشر فيها الأخبار الرياضية،الأخبار المتنوعة، والمواد

الإعلانية والدليل.ونشر في الصفحات الداخلية المتنوعة، الأقل استعجلا- المقالات والأخبار حول مواضيع الحياة الاجتماعية والخاصة بالمسائل الاقتصادية وغيرها

وهكذا، يحدث بين صفحات عدد الجريدة ما يشبه «تقسيم العمل» إن كل صحفة تقدم دورا هاما في مجموعة الصفحات.

وإن هذا يفترض هيكلا دائما وواضحا للعدد يفرض تخصيص قسم معين لكل صفحة،أو عنوانا ثابتا لكل قسم. ويتم الالتزام بمثل هذا النظام لتوزيع المواد داخل العدد في الصحف السياسية - الاجتماعية واسعة الانتشار- «الأهرام» و«السفير» و«النهار» و«الحياة» وكذلك في الصحف ذات الصفحات الكثيرة التي تصدر بشكل دوري بتواتر أقل نسبيا، مثل «الديار» اللبنانية و«الجمهورية» المصرية.

ويجب على هذا النظام أن يتوافق مع المرونة في توزيع المواد.

عند الضرورة على رئاسة التحرير أن تتمتع بإمكانية نقل هذه المادة أو تلك بحرية من صفحة إلى أخرى في العدد، منظة بهذا الشكل اهتمام القراء.

إن توزيع المهام والوظائف بين صفحات الجريدة يسهل على رئاسة تحرير الجريدة التخطيط للعدد، ويسمح لها بتقوية تأثير المقالات في الجماهير، وتعليم القراء التعرف على المواد المخصصة لهم على الصفحات التي اعتادها.

لقد نما دور المجموعات الإعلامية والاقسام الموضوعية في عدد الجريدة في السنوات الأخيرة في عدد من الصحف العربية. إن مثل هذا النوع من المجموعات والاقسام يسمح بتنظيم صياغة العدد وتعجيله، وحتى إدخال المواد الإخبارية إلى صفحات الجريدة بصورة نشطة.

وتكون في هذا المجال تجربة جريدة «الحياة» و«الشرق الاوسط» و«السفير» و«الرأي العام» متحررة للغاية.

فإن الأقسام الإخبارية المكونة على صفحاتها والمتخصصة تشكل إضافة إلى المقالات وتساعد على تكوين بانوراما واسعة لحياة البلاد وتخبر القراء عن أهم الأحداث الجارية في العالم.

وهكذا، إن ديمومة الأقسام الإخبارية حصلت على أهمية كبيرة عند وضع بنية عدد صحف «الشرق الأوسط» و«الأهرام» ومعالجتها.

فالصفحات الأولى لهاتين الجريدتين تعالج أكثر المواضيع الإخبارية أهمية. فإن المقالات الافتتاحية واللقاءات الصحفية الملحة ترشد القراء في مسائل اليوم الأساسية وتتحدث عن إنجازات العمل.

وتنشرها المواد الكبيرة مع التحليل المفصل لإنجازات هذا الفريق أو ذاك. لكن غالبا ما تظهر في صحيفتي «الشرق الأوسط»و«الأهرام»وعلى هذه الصفحة الأولى الأختيارات «الأخبار» التي تتحدث عن حياة البلدان العربية وعن الأقاليم والمناطق في بلادنا.

ولقد صممت مجموعة إخبارية تتحدث عن يوم العمل في العالم العربي خصيصاً للصفحة الأولى من جريدة «السفير».

ولا تطبع الأخبار غالبا في المجموعات بخط تقليدي وحجم تقليدي بل مع الخط البارز والصور. إن هذا النوع في تقديم المواد يشد انتباه القراء ويعود بالفائدة في النشر الأكثر فاعلية للتجربة الزائدة.

لقد وضعت هيئة تحرير جريدة «السفير»جملة من المواد الإحصائية المقارنة في الصفحة الأولى. وإن هذه الجملة من المواد كان عليها أن تدعم الصفحات الهادفة لهيئة التحرير المكرسة لتحليل سير المناقشة الاقتصادية في العالم العربي.

ويظهر الملحق المتضمن يوميات المناقشة مرة واحدة في الشهر في هذه الجريدة.

أما الانتقاء لمجموعة من الأخبار فقد كرس كعنصر أساسي ودائم في أحد أعداد الأسبوع.

وظهر تحت عنوان ثابت«الأرقام،المناقشة،التقرير»لقد كتبت الأحرف في هذا العنوان وكأنها تؤكد على أن المادة التي تنشر تحته تعد ما يشبه الأخبار التحريرية العامة.

تضمن هذا القسم انتقاء الأخبار الاقتصادية القارنة مع عرض للأمورالإيجابية والسلبية.

مع العلم أن المقارنة جرت بين المصانع المتشابهة والاقتصاديات القريبة من بعضها والتي تقع في ظروف واحدة، ولكنها تحقق نتائج مختلفة.

وهذا نوع خاص من أنواع لوحات المؤشرات.

ولقد شكلتمحاولات إدخال المجموعات الأخبارية إلى الصفحة الثانية التي تكون مليئة،كقاعدة،بالمواد ذات الحجم الكبير الصعوبة الأكبر.

إلا انه كان من المستطاع إحداث عدد من المجموعات التي يتذكرها القراء لهذه الصفحة. فمثلا لقد أصبحت العواميد الأخبارية عن حياة البلاد العربية في الصفحات الداخلية لجريدة «السفير»اعتيادية.

واستمر- فترة لا بأس بها على الصفحة الثانية من جريدة «الديار»-العامود الأخباري عن حياة المناطق اللبنانية.

ومن دون أن يفقد جاذبيته بالنسبة لجمهور القراء الواسع كان ممتعا بشكل خاص بالنسبة لسكان المناطق التي كان يكرس لها.

وكانت المواد بهذا العامود تعد بطلب من هيئة التحرير،من قبل صحف المناطق وجاءت فيما بعد لتحل محل هذا العامود المجموعات:«اليوم في معرض

المنجزات الاقتصادية العربية» و«أسئلة ـــ أجوبة» و«جولة في صفحات الصحف».

وأصبحت مجموعة «بريد الأخبار»المصرية العنصر الحتمي المكون للصفحة الثانية. ولقد ظهرت في الجريدة يوميا، أما في أيام الأربعاء فكانت تخصص نصف صفحة للرسائل.

إن رسالة القارئ تثري الجريدة بجملة من المواضيع الجديدة الطازجة، وتوسع كثيرا «جغرافيا» الجريدة، وتعطي إمكانية تصور لوحة العمل البناء للمواطنين المصريين بشكل أكبر.

ويميزون الصفحة الثالثة في العديد من الصحف أيضا بالعناصر الإخبارية الملزمة لها فقارئ «الأهالي»المصرية و«النور» السورية مثلا يعجب بالعامود «العالمي».

تنشر هنا الملاحظات الصغيرة التي تفضح «نمط الحياة الغربي»، وأخلاقيات المجتمع البرجوازي. وإن الأخبار تقدم إمكانية الرؤية من الجانب المفاجئ تماما لهذه الظاهرة أو تلك، وتوسع سعة تفكير القارئ.

ومن الصعب تصور الصفحة الأخيرة في «الأهالي»دون العنوان الثابت «غير المعلوم عن المعلوم»- صفحة صغيرة فريدة من نوعها من الموسوعة المشهورة- أو تصور لـ «البعث» أو«تشرين» دون القسم الخاص «الأنباء» و«الحقيقة الصحفية» الذي تنتمي إليه الأخبار بشكل مختصر جدا، والتي تتحدث عن هذه الظاهرة أو تلك ومضمون هذه الاقسام يجيب عن السؤال أو الأسئلة: ماذا؟ أين؟ كيف حدث؟ إن هذه الانتقاءات الإخبارية تعطي الإمكانية لهيئة

التحرير لإرشاد العاملين في الجهاز والمراسلين الخاصين وقراء الجريدة في البحث عن الحقائق الممتعة والأحداث التي يثري الحديث عنها الجريدة كثيرا.

وإن المجموعات الإخبارية الخاصة: «عالم الفن»،«يوميات الفن»على الصفحة الأخيرة تشكل أغلب الصحف العربية تشكل اهتماما كبيرا به.

تنشر «صحيفة الراية»بانتظام المواد التي تتحدث عن حياة المواطنين العرب، والعلاقة مع الحكومات والحياة في الأقاليم والمناطق.

لكن التحاليل الشهرية للجغرافيا تشير إلى أن مثل هذه المواد لا تظهر بشكل مستمر على الصفحات.

ولقد تغير الأمر جذريا عندما صمم قسم إخباري خاص للصفحة الرابعة.

وهو يتضمن الريبورتاجات الحديثة وصورا عن الأشخاص المعروفين في العالم العربي، أيضا، وأخبار الحياة الاقتصادية والثقافية.

ونال قسم «نصائح حياتية»في العديد من الصحف رضا القراء واعترافهم.

فإن مشاهير الاختصاصين قادة المؤسسات الأطباء والمربين الحقيقيين

والعارفين بتربية المواشي والزراعيين – يجرون هنا أحاديث حياتية مع القراء

حول كيفية التصرف في هذه الحالة أو تلك. بالطبع يمكن أخذ هذه المعلومات من المطبوعات المتخصصة ولكن عدد نسخها يكون كبير عادة، والبحث عنها يتطلب الكثير من الوقت. وتأتي هيئة التحرير لمساعدة القارئ من خلال مجموعة أخبار صغيرة من حيث المساحى التي تشغلها.

ويعطى الدور المهم تكوين بنية الجريدة (الجرائد) عددا آخر من الأقسام الإخبارية.

وإن تصميمها مرتبط بمحاولات هيئات التحرير إقامة صلات مع فئات متنوعة من القراء.

وقد كرس لجملة من القضايا المرتبطة بوضع المرأة في المجتمع قسم «رسوم عن المرأة» في مجلة «المرأة العربية» وتحدثت أقسام «الأعوام والناس» و«الاسم في القضية»عن الأشخاص المسنين الذين تركوا أثرا واضحا في الحياة وكانوا مثالا لجيل الشباب.

إن هيئة التحرير تتأمل بدقة مضمون هذه أو تلك الفصول (الأبواب) عند توسيعها تلك هي مسألة الأعلام الواسع للقراء.

ولقد ساعدت الدراسة المتأنية لبريد التحرير (القراء)على الولادة في صحف «الاهرام» و«السفير» و«تشرين» و«الثورة» الأبواب مثل: «الريبورتاج المحلي» و«نبض العلم» و«لنا ولكم» و«الطبيعة والناس» وريبورتاج من الأسرة» و«رسائل غير عادية» و«سؤال- جواب»، و«أينبغي هذا» وغيرها. وإن بريد القراء نفسه يظهر هل «تأقلم» هذا الباب على صفحات الجرائد مع الناس أم لا؟

ولا ينبغي للإيضاحات (الصور) في الجريدة أن تتراجع أمام المواد الصحفية الأخرى، لا في الأخبار الصحفية، ولا في الأخبار، ولا في السرحة.

إن العاملين في قسم التصوير الصحفي يشاركون بنشاط وفاعلية في تكوين كل المجموعات الإخبارية. إنهم ينشرون على الصفحة الأولى الصور التاريخية للخطة الخمسية ويشاركون في إعداد صور القراء أثناء انتقاء بريد القراء، ويغنون بالصور الإخبارية في الصفحة الأخيرة.

إن عددا من الأبواب الإخبارية المتخصصة والمعدة مسبقا في الصحف تشكل 20-25 ٪ من مساحة العدد، أي ربع الجريدة الذي يكون محددا مسبقا ومصمما بالتناسب مع المعايير.

وهناك نظام متشدد لتوزيع الأبواب الأساسية حسب أيام الأسبوع. ويكون مكان نشر كل المجموعات في الصفحات مشروطا أيضا. وهكذا، إن بعض فئات القراء تجد دون تأخر العثور على المواد التي تهمها.

وتحاول سكريتاريا التحرير الحفاظ قدر الإمكان على البنية الفكرية للصفحة أو بالطبع، من دون قوننتها، لكن دون أن تسمح لإعداد العناصر المكونة أن يكون في حالة فوضى. إن هذا يسمح بالحفاظ على وتيرة معينة في تقديم مواد مختلف الأقسام، وبالتلبية الأكبر لحاجات القراء، ويعكس الحياة، وتصويرها بشكل أوسع.

2ـ خطة العدد:

إن السكرتارية في التحرير تعد خطة العدد في الأساس الشكل البنيوي للعدد وخطة الأسبوع وفي الأخيرة يشار إلى المقالات الأساسية لكل عدد من أعداد الجريدة التي صدرت خلال هذه الفترة.

إخطة العدد تمتاز بطبيعتها وبنيتها عن الخطط التي سبقتها. وكقاعدة فإنها تبنى حسب الصفحات. وإن موظف السكرتارية الذي يعد مشروعها يشير بالتتالي إلى كل المقالات الأساسية على الصفحة الأولى ومن ثم الصفحة الأخيرة وبعدها على كل صفحة داخلية.

وتتميز خطة العدد بالتفصيل الأقصى.

وتقدم فيها الصفحات التفصيلة لكل المقالات الأساسية: الاسم (العنوان) المادة، وأحيانا الصياغة الدقيقة للموضوع والجنس والشكل (إن كان الحديث يدور، لنقل) عن الانتقاء أو الانعطاف المواضيعي، والباب (العنوان الثابت) الذي تحته سينشر المادة، وحجمها حسب الأحرف المطبوعة.

ويشار أيضا إلى «جغرافيا» المادة موضوعها الذي جمعت من أجله، والقسم الذي أعدها ومؤلفها.

وهكذا تكتسب الخطة الشكل التالي: خطة عدد صحيفة «الفرات» المن طقية تاريخ 12 كانون أول

أ- الصفحة الأولى:

1 الافتتاحية- «الوقت يستعجلنا»(عن استعداد المزارع لمشتى «قضاء الشتاء» المواشي)- 80 سطرا.

2- «الأمسيات في المدن والمناطق» - أخبار 100 سطرا. السكريتاريا.

3- «الأمسيات في بلا دنا» مجموعة الأخبار 120 سطرا، السكريتاريا.

4- «كلمة عن قضية فلاحية» (تتابع تنفيذ الالتزامات).

رسم عن التعاون في العمل الرائد للبناءين الزراعيين. 150 سطرا.

صورة شخصية لفلاح مبدع.

5- «أرقام عالية للحلابات» ـــ تقرير عن إنتاج الحليب في المنطقة 150 سطرا.

6- تعليق على تقرير تكنولوجي 100 سطر.

ب- الصفحة الرابعة:

1- «أخبار الرياضة» - أخبار منتقاة. 170 سطر. قسم البريد والرسائل بما فيه «النتائج والآفاق» ـــ مقابلة مع مدرب نادي كرة القدم في المدينة. 120 سطر.

2- «الحق في المكان الأول» (« وراء الطاولة المستديرة» التحرير)- تقرير عن لقاء كادر المركز الثقافي في المنطقة. 200 سطر.

3- «العبقرية والمهارة»- ريبورتاج عن معرض المنطقة للمنتوجات الشعبية. 150 سطر. المؤلف.

4- ريبورتاج كرة القدم من مكان البناء (مع صورتين).

5 « الإعلانات والدليل» (في دور السينما والنوادي. برامج الإذاعة والتلفاز. النشرة الجوية. الأعلانات 200 سطر، السكرتاريا.

ج- الصفحة الثانية:

1 «مهمتك العملية» (الحياة الاجتماعية: من أجل الأسلوب العلمي في العمل) خبر وملاحظة. 180 سطر. «الأشعة الحمراء».

2- «في الملجنة الفلاحية» - أخبار عن قرارات مكتب للجنة الفلاحية. 60 سطر.

3- «قبل كل شيء – النوعية» - أخبار منتقاة ذات مواضيع عن نجاحات مربي المواشي في المزرعة. 250 سطر. وغيرها.

إن مثل هذه الخطة تعطينا تصورا كافيا عن مضمون العدد المقبل وعن المواد الاساسية وعن بنية التركيبية.

والواضح أن الأخبار السريعة القادمة في يوم الطباعة العدد لا تجد مكانا لها في الخطة عادة.

إن خطة أي عدد من أعداد الجريدة تعبر عن سعي جهاز التحرير إلى الهدف بالأضافة إلى تنوع المقالات.

فمن جهة يسعى جهاز التحرير إلى بناء العدد حسب بعض التوجهات الرئيسية بالنسبة للمرحلة الراهنة، وإرشاد القراء وتوجيههم نحو المهام والأهداف الأساسية الماثلة أمامهم. ومن جهة ثانية يسعى جهاز التحرير - بأخذه.

بالحسبان اهتمامات وحاجات مختلف الفئات الاجتماعية التي تشكل الجمهور القراء إلى تنوع الذي يجد لنفسه انعكاسا بخاصة عى شكل تباين مواده باقتران الأنباء الإخبارية بالمواضيع التحليلية والملاحظات والأخبار الصغيرة بالمقالات الكبيرة، والمواضيع المنتقاة والصفحات بالمجموعات متعددة المواضيع

والأخبار الانتقادية والساخرة بالتحقيقات أو المقابلة الصحفية ورسائل القراء التي تتحدث عن التجربة الإيجابية ومنشورات العاملين في التحرر.

وإن هذا الإقتران فقط للمواد التي تتباين بصفاتها، وطبيعتها، وأجناسها، وأساليبها وشكل تقديمها، وبخصوصية الإصدار والديكور يسمح بإبراز الرئيسي في العدد وجذب اهتمام القراء إليه.

وهذا كله يجب أن يجد انعكاسا في خطة العدد.

وإذا أخذت لكثرة المتطلبات التي تقدم إلى الجريدة بالحسبان يستطيع جهاز التحرير تحقيق مسألة كل عدد، حسب تعبير م.ي كالينين «أن يؤثر بإصداره وكأنه جرس الساعة المنبه في الصباح ولكي تخرج الجريدة فورا من وضعية النعاس».

ويأخذون بالحسبان عند وضع خطة العدد، بالطبع، حجم الجريدة. ولا تستطيع إدخال عدد من الاسطر أكثر مما هو محدد.

وغير نادر أن يتم إدخال مواد أكثر في الخطة من التي يمكن أن تدخل العدد، ويتم القيام بذلك لأسباب مختلفة، ففي الصحف الكبيرة المحلية وصحف المناطق والمدن تؤمن السكريتاريا نفسها بهذا الشكل بالذات من وقوع خلل في جدول إعداد أي جزء من الأجزاء غير قابل للتنفيذ.

وأن مثل هذا التخطيط يسمح للسكريتاريا بتكوين أحتياطي من المواد الضرورية لصدور الجريدة المنتظم. وأخيرا، فأن أهميته لا تكون بالنسبة للصحف المحلية الصغيرة فقط بل تحصل رئاسة التحرير على إمكانية تنظيم المباريات الإبداعية- المسابقات بين المواد الأفضل منها للعدد.

وكما قيل آنفا يشار في خطة العدد إلى العناوين التي سوف تنشر تحتها المقالات. وهذه العناوين يمكن أن تكون دائمة تنقل من عدد إلى عدد، وتشير إلى اتجاهات الجريدة الرئيسية، ولمرة واحدة لتحدد طبيعة أية مواد ملحة في هذا العدد

بالذات، ولكنها لا تؤثر على الإصدارات الأخرى للجريدة. وهذه أخيرا هي العوامل التي تؤثر في الجريدة بتباعد زمني معين، وفي أسابيع معينة أو أشهر محددة، وإن ظهورها في الخطة، خطة العدد و الإصدار يتم تنظيمه بجدول مناسب سيتم الحديث عنه في الفصل الثاني.

إن خطة العدد يعد الأساس و القاعدة لوضع الخطة الماكيت في السكريتاريا.

وإن مثل هذه الخطة التي تنفذ على استمارة ماكيت خاصة حيث تعرض كل صفحات الجريدة وتعطي تصورا واضحا عن تركيب العدد، وعن التأملات في مجال صفحاته للأبواب والعناوين والمواد الأساسية المكتوبة ووسائل الإيضاح (الصور).

3. عملية التخطيط للعدد

يتمركز التخطيط للعدد في سكريتاريا التحرير. فإن العاملين في السكريتاريا المسلحين بمصنفات التدريبات، وبتقارير الأقسام الأسبوعية، وغيرها من المواد يبدءون بالعمل على إعداد الخطة- الماكيت لعدد الجريدة القادم. لم تبدأ هذه العملية المجهدة والمرهقة ؟ قبل كل شيء من البحث عن المادة الرئيسية التي تحدد العدد. ويجب أن تكون في متناول اليد كذلك المواد الرئيسية، والتفاصيل الأساسية التي يتركب منها العدد- المجموعات الخاصة والأبواب. وإن كان مقررا من قبل ماهية المواد التي تنشر على الصفحة أو تلك، وإن أعدت الأبواب والأقسام مسبقا لصفحة معينة، وكان مبدأ شكل مختلف الصفحات متفقا ومؤكدا بالممارسة، يعني أن عدد الجريدة المتوازن جيدا والمحدد يمكن أن يتكون بأقل الوقت والطاقة وبأقرب المثالية.

وتعرض الخطة الماكيت المعدة من قبل السكريتاريا على الاجتماع في هيئة تحرير الصحف الكبرى مثل المركزية وصحف المناطق، ويشارك في الاجتماع أعضاء هيئة التحرير رؤساء الأقسام

وبعد مناقشة خطة العدد وتدقيقها تصادق من هيئة التحرير وكبير المحررين وتبدأ السكرتاريا بتجسيدها على الواقع. وكما قيل سابقا تعرض في الاجتماعات التي تحدث في الصحف المركزية الجماهيرية السياسية مثل «البعث» و«الثورة» و«تشرين».

خطط عددين: يدقق العدد الجاري ويناقش العدد التالي.

يسعون في بعض الصحف إلى تقليص عدد المشاركين في عملية إعداد خطة العدد ومناقشتها، وذلك في سبيل عدم إشغال العديد من الصحفيين عن أعمالهم الجارية. ففي لصحيفة المحلية «العروبة» يجتمع عند كبير المحررين يوميا نو به والسكرتير المسؤول والمحرر المناوب من أعضاء هيئة التحرير.

وعلى أساس التقارير المقدمة أسبوعيا من رؤساء الأقسام إلى السكرتاريا يحددون خطة العدد التالي، انطلاقا من الخطة الأسبوعية ومن ثم يتم التصديق عليها من قبل كبير المحررين.

ولا تأخذ السكرتاريا بالاعتبار أثناء عملية التخطيط المواد المتوافرة المقدمة لها من الأقسام فحسب، بل احتياطي المقالات المعدة للطباعة.

وإن «المواد المتروكة» أي المواد أرسلت مسبقا إلى صفها وضعت على شكل مجموعات وصفحات لا تقل أهمية عن غيرها في هذه الأثناء والطباعة الأولية لهذه المجموعات المؤلفة من مواد مختلف الأقسام ومختلف العناوين في الجريدة والمخصصة لأعداد معينة من الجريدة تسهل كثيرا إعداد خطط الأعداد ومشروع عملية إصدارها، وعلى السكرتاريا مراقبة مضمون «التراكمات» وحيويتها للحيلولة دون زيادة حجمها.

إن تصديق خطة العدد في اجتماع هيئة التحرير (الزمالة) لا يعني عدم تغيرها خلال عملية إصدار الجريدة.

وإن الطلب الملح والأساسي من خطة التحرير هو المرونة، وتعني: إمكانية التغيير المستعجل في الخطة، وفي ماكيت العدد، واستبدال مواد بمواد أخرى - أكثر حيوية وإلحاحا، وإعادة طباعة الصفحات أثناء طباعة الجريدة.

4. التخطيط للأعداد الخاصة:

إن خطط الأعداد الخاصة – المواضيعية والشاملة والمادفة: بمناسبات الأعياد المناسبات، والموحدة، وأيام الجمعة، وأيام الأحد وغيرها تتطلب اجتماعا خاصا. إن خطط بعض هذه الأعداد في أيام الأعياد مثلا، تتطلب توضع عادة نتيجة لعمل طويل تقوم به لجنة طوارئ مؤلفة من ممثلي السكرتاريا ورؤساء أقسام التحرير، وإن كان الحديث يدور حول خطة ما يسمى بالأعداد الموحدة فتتألف من ممثلي أجهزة تحرير عدد من الصحف.

فلقد اكتسبت أجهزة تحرير صحف عربية كبرى خبرة ثمينة في التخطيط للأعداد الخاصة. وإن تجربة وضع الأعداد أيام الجمعة في جريدة «السفير» جديرة بالاهتمام.

فالحياة نفسها تملي ضرورة وضع هذه الأعداد. فيومان من الراحة يفتحان شهية القارئ المتأني للقراءة، وتظهر لديه أمكانية التأمل لكتاب الجريدة والنظر إلى هذه أو تلك من الظواهر من منطلق فلسفي.

وإن أعداد أيام الجمعة والأحد لقاء خاص بين الجريدة والقارئ، ويجب إعدادها أيضا بشكل خاص.

يعيش صحفيو التحرير في أعداد أيام السبت والأحد: أشكالا جديدة في تقديم المواد. فإن تلك الحالة – من خلال إصدار السبت والأحد الذي يتميز كثيرا من الأعداد الأخرى لأنه يكون دائما موضوعا للاهتمام الخاص –توقظ عملية حسان مستواه كذلك عن إعداد مواد الأعداد العادية. وهذا الأمر يحفز النشاط التحريري.

لقد ولد إعداد هذه الأعداد كاملا من العناوين الممتعة للقارئ ولديه بنيتها. فالكثير مما عثرت عليه هيئة التحرير في محاولاتها صناعة أعداد ممتعة في أيام السبت والأحد لا تمتاز في مضمونها وبانتقاء المواد فحسب، بل و بتقديمها وبشكلها، قد انتقل فيما بعد إلى صفحات أعداد الأيام العادية (أيام العمل)، وبذلك يكون قد رفع مستواها والمستوى العام لكل الجريدة.

الفصل الرابع

التخطيط لحملة الجريدة



الفصل الرابع

التخطيط لحملة الجريدة

يوجد الكثير في جعبة الصحاف العربية من الأشكال و الأساليب في مجال التنظيم الإبداعي للمادة الصحفية، ومن بينها الحملة الصحفية أو حملة الجريدة. وتستخدم من قبل كل فرق صحافتنا، بدءا من الإصدار في المناطق حتى الإصدارات المركزية.

وهذا ليس مصادفة. فالحملة الصحفية تسمح لجماعات التحرير بتركيز الاهتمام على التوجهات الأهم لسياسة الدولة، وعلى قضايا تطوير الأقتصاد والحياة الاجتماعية وتربية الناس.

وتعطي الحملة إمكانية المناقشة المعمقة لهذه القضايا على صفحات المطبوعة وطرح الأسئلة التي تقلق المشاركين في النقاش ويوضح رأي جماعي حول سبل حلها العملي.

وتتميز الحملة الصحفية بالتوجيه المشدد، ووحدة تطوير الموضوع وحركيته، والحدود المؤقتة، ومبدئية (منطقية) ودورية النشر.

ومع زيادة بناء النطاق الحضاري التنموي واتساعه، ونجاحه الآن، تحقق في الحياة المهام الاقتصادية – الاجتماعية التي طرحتها الحياة المعاصرة. إن أهمية حملة الجريدة (الحملة الصحفية) التي تسمح بتناول موضوع كبير، وتضمن إضاءته من مختلف الجوانب وتأخذ بالاعتبار المقترحات والأراء الصادرة عن العاملين حول المسألة التي تجري مناقشتها وتحللها تتنامى من دون أي شك. وإن ديمومة الموضوع تقوم بدور كبير أيضا.

وأكدت الدراسات الإعلامية على أهمية هذا، ففي كثير منها جاء «... إن طرحت الدولة في كل صحافتها وفي كل مقالة وفي كل عدد من الجريدة مسألة النقل، فإنها تعد قضية عامة».

يجب تذكر كلمات الباحث الروسي برخوروف عند الإعداد للحملة الصحفية. وعدم الاهتمام بالصغائر وانتقاء المواضيع، ونشر المواضيع الأكثر حيوية وإلحاحا على صفحات الصحف من أجل النضال في سبيل تنفيذ الخطط التنموية، وفاعلية العمل ونوعيته، وتطوير الحملة بشكل متتابع وهادف، وهذا يعني ضمان نجاحها.

1. الإعداد للحملة:

تختلف الحملات الصحفية في كل شيء فإحداها مرتبطة بدورات العمل (الزراعة الحصاد) وأخرى مرتبطة بتنفيذ المهام الاقتصادية، وعندها تلجأ الصحافة المحلية للجولات المكثفة.

وتستخدم الحملات – المناقشات أكثر من غيرها والتي تشارك فيها دائرة واسعة من القراء المدعوين إلى النقاش العام.

ويبدأ التخطيط لمثل هذه الحملة على الأغلب من إعداد المقترحات في الأقسام التي يقوم بها الصحفيون الخبيرين. وفي جريدة «الأهرام» تقام مسابقات عامة في التحرير لأفضل إعداد لحملة الجريدة

وتشكل لجنة عمل يترأسها موظف في السكريتاريا. وتدرس هذه اللجنة اقتراحات الأقسام والصحفيين الواردة إلى المسابقة، وتقيم علاقة اتصالات مع المراسلين الخاصين في أماكنهم.

وبعد أن تحدد مواضيع الحملة ومواعيد إجرائها، تناقش اقتراحات اللجنة الإبداعية في السكريتاريا أو في الأقسام، حيث تتم دعوة كل العاملين الذين تمس اهتماماتهم الحملة المخطط لها.

ويمكن أن توضع خططها النهائية، وتفاصيل كل مرحلة من مراحل النقاش على حدة على مختلف المستويات.

تنظم في جريدة «الأهرام» جماعات إبداع خاصة مؤلفة من 10- 12 شخصا للحملات السياسية الواسعة جدا

وهذه المجموعات تستخدم حقوق الأقسام ويرأسها أحد المحررين. وتخطط المجموعة بالاشتراك مع السكريتاريا للحملة، وتحلل سير النقاش، وتنسق بناءً على هذا الموضوع عمل الأقسام الأخرى، وتعد للطباعة رسائل القراء العاملين، وترسل المواد إلى التنفيذ. إن مثل هذه المجموعات عملت في 2005، في«الأهرام» مثلا أثناء المناقشة الشعبية العامة للانتخابات و الاستعداد للاحتفالات بذكرى حرب تشرين التحريرية.

وعند تنظيم حملة صحفية لا يمكن أن تكون هناك وصفة موحدة، وتطوير أو نسخ أعمى أو تقليد متبع. وفي نفس الوقت إن الطريقة العملية في التخطيط تتطلب المعالجة التفصيلية للعناصر الأساسية للمناقشة (يسميها بعضهم مراحل)، فما هي هذه العناصر؟ بداية الحملة، وتطورها، وذروتها، ونهايتها. وإن مواعيد القيام بالحملة هامة جدا – إذ تتعلق بهذه الأمور وتيرة المناقشة.

إن الحملة توجد بالطبع في الجريدة ليس كحملة بحد ذاتها، إن انتقاء مواضيعها يتم في أطر المهام الصحفية التي تشكل أساس عمل جماعة التحرير.

ويمكن للقرارات الحزبية والحكومية حول الاتجاهات الأساسية في مجال السياسة الاقتصادية وتطوير المجتمع والتربية الوطنية و القومية أن تحدد موضوع الحملة.

والمتطلبات الرئيسية من الحملة هي الحداثة، والتناسب مع روح العصر. ويكون موضوع الحملة في الخطة المستقبلية للتحرير جزءا أساسيا منها.

فمثلا: إليكم أهم الحملات السياسية في جريدة «الأهرام»، أي مناقشة

الحملات الانتخابية. لقد شكلت هيئة التحرير مسبقا مجموعة دستورية مؤلفة من ثلاثة عشر شخصا من الصحفيين الخبيرين الذين يمثلون الأقسام الأساسية وكانوا المقربون من الحزب الوطني الحاكم، وعارفين بالصنعة والزراعة وبالمسائل القانونية والعلوم والثقافة والشؤون الخارجية الدولية.

وقد أعدت مسبقا كذلك الخطة الأولية التي تشمل قضايا المناقشة القادمة كلها. وحددت هيئة التحرير المكان الدائم لمواضيع هذه الحملة الصفحة الثالثة من الجريدة.

ونشرت «الأهرام» في الأيام الأولى من الحملة برنامج عمل مستقبليا للرئيس مبارك، مدعوما من أعضاء الحزب الوطني، و صودق عليه لعرضه على المناقشة الشعبية العامة، وفي نفس الوقت نشر تقرير الحزب «حول البرنامج الانتخابي»، وفي اليوم التالي صدرت الجريدة مع العنوان التالي على صفحتها الأولى للنقاش الشعبي العام «البرنامج الانتخابي والأساسي في حياتنا».

لقد دعت هيئة التحرير متجهة إلى القراء العمال والفلاحين والخبراء في الصناعة والزراعة ورجال العلم والثقافة والشخصيات الحزبية والعلمية والنقابية والشبابية وأعضاء الحزب الوطني واللاحزبيين، أي كل مواطني البلاد إلى المشاركة في مناقشة البرنامج الانتخابي.

وقد حددت عناوين الحملة: «نحن والدولة» «اتحاد لا ينفصم» «أقدم اقتراحا» «الإحصاء يؤكد» «دعوة للحديث» وغيرها من العناوين.

وقد نشرت في أكثر من صفحة تحت العنوان الثابت «الانتخاب موقف وطني» الذي استبدل به في الأيام الأخيرة عنوان آخر «مارس حقك الانتخابي» خلال فترة الحملة التي خصصت لها «الأهرام» لا يقل عن صفحة يوميا. واستلمت هيئة التحرير أكثر من 30 ألف رسالة ومقالة من القراء.

ونشرت أكثر من 125 رسالة ومقالة منها، وعبر القراء عن اقتراحاتهم وآرائهم ورغباتهم في الأهرام. وقد تم إيصال مضامين الرسائل التي لم يتس نشرها إلى اللجنة الدستورية والمؤسسات الحزبية والحكومية ذات الصلة، وقد أخذ بالعديد من توجيهاتها عند التحرير النهائي (الصياغة النهائية) لأهمية الانتخابات في الحياة الديمقراطية.

ولقد أصبحت التجارب الانتخابية العالمية المصدر الملهم لولادات الحملات الصحفية الجديدة. فمثلا بدأت «الأهرام» مناقشة القضايا الملحة في الحياة الاجتماعية: «في سبيل الأسلوب العلمي في العمل» في المقدمة «أسلوب متكامل للتربية»، وكذلك في مجال مواضيع اقتصادية أخرى ومسائل البطالة لدى الشبان. وطرحت مسألة كبيرة من قبل الحملة التي جرت قبل ذلك بقليل «المسابقات: كيف يمكن رفع فاعليتها» و وضعت هيئة التحرير هدف الكشف عن الإمكانيات الجديدة للمسابقات الإبداعية ودورها كأداة كبيرة وجبارة في الاقتصاد والمدرسة أي مدرسة العلاقة العلمية بالعمل ومدرسة التربية.

وها هي ذي منذ سنوات تجري بفاعلية الحملة ونشاطها: المشاهدة الوطنية الشاملة تحت شعار «في سبيل نوعية عالية وتشكيلة واسعة من السلع الاستهلاكية» في الجريدة «الجمهورية»، والهام هنا هو بحث الاحتياطات للتلبية الأكثر للمطالبات المتنامية للمواطنين المصريين.

وإن هذه العلاقة مع التطبيق ومع اهتمامات الناس تحدد نجاح هذه الحملة الهامة وعطائها الملحوظ.

وغالبا ما تحدد رسائل القراء مواضيع النقاش. وهكذا، لقد بدأت في صحيفة «الأهرام» حملة «ماذا تستطيع المنظمات الأهلية» بالرسالة التي أرسلت من منطقة الإسكندرية من مصنع التعليب، وكاتبها من الحزب الوطني.

وكتب عن الخلف الطويل لمجموعته وعن أن الجهود المنظمة لا تحقق أهدافها دائما، إن قسم الحياة الاجتماعية في جهاز التحرير أرسل إلى المصنع بعد أن استلم الرسالة، مراسله.

وكانت نتيجة هذه المهمة والتأمل الصحفي للحقائق والوقائع والآراء التي تقدم بها العمال هي الحديث الممتع الذي وجد له صدى حيا بين القراء.

وعند استخلاص نتيجة المرحلة الأولى للتخطيط للحملة يمكن القول: «اهتمام أكبر بكل طن من الفحم والحنطة، اهتمام أكبر بحقائق حياتنا اليومية وبالبراعم التحديثية الجديدة.

يمكن القيام بالحملة الصحفية بطرق مختلفة و متنوعة. لكن الأحوال كلها تركز جماعة الإبداع أو القسم الاهتمام الخاص على إن تستدعي المادة الأولى وأن تبقى في الذاكرة، وأن تجبر المسائل المطروحة فيها لتلفت الانتباه وتدعو للتأمل وعلى التعبير عن وجهة النظر.

ومن واجب هيئة التحرير أن تملك تصورا دقيقا عن من تتوجه إليهم. إن المادة الأولى هي راية الحملة، ويجب أن تطرح فيها المسائل التي تحدد توجه النقاش. وسوف يتم قبول الدعوة إلى الحديث إن كان في المادة «المقدمة» غذاء للتأمل أو تحديد المسألة المطروحة إمكانية النقاش وتبادل الأفكار.

ويمكن أن تكون مقالة أو أجوبة على أسئلة تطرحها هيئة التحرير، أو كما قيل سابقا رسالة وصلت إلى التحرير فتبدأ منها نقطة انطلاق الحملة الصحفية. وبالطبع إن الرسالة لا تذهب إلى صفحة الجريدة بعد خروجها فورا من جعبة ساعي البريد. فإن مضمون الرسالة يكون بمنزلة الدافع للتأمل بالنسبة لمجموعة

الإبداع، أو القسم في هذا السياق لمعالجة موضوع الحملة «المسابقات: كيف يمكن رفع فاعليتها» تشكل اهتماما خاصا.

لقد استلمت «الأهرام»، من أحد المصانع رسالة. يتبادل صاحب هذه الرسالة الأفكار على أعتاب العام الجديد حول ما يجب فعله، حسب رأيه، للتطوير اللاحق للمسابقة العمالية. فالرسالة بحد ذاتها يمكن أن تضع البداية للحملة. لكن هيئة التحرير قررت تعزيز الاهتمام بهذه القضية، وولد الاقتراح بتوزيع استمارة خاصة في المصنع الذي يعمل فيه صاحب الرسالة وفورا جر دائرة واسعة من الناس إلى النقاش. وإليكم بعض الأسئلة التي طرحتها الاستمارة: ما هي الأشكال التقليدية للمسابقة الإبداعية التي ألفتموها ويمكن أن تستخدم بنجاح في المستقبل؟ هل تلخص النتائج بشكل صحيح؟ وما الواجب الذي ينبغي القيام به لتقوية تأثيرها؟ وماذا يجب أن نضيف إلى الإجراءات القائمة لتحفيز العمال المتقدمين وتشجيع المتأخرين عنهم؟ هل يشارك المهندسون والتكنولوجيين بنشاط في المسابقة؟ وهل يستجيب نظام تبادل الخبرات لمصالح القضية؟

إن تعداد هذه الأسئلة بحد ذاته يعطي تصورا عن صحة دائرتها. إنها تتعلق بالملايين من الكادحين. وقد نشرت «الأهرام» الرسالة والأجوبة على الاستمارة في وقت واحد.

وإن بعض الحملات الصحفية تبدأ من المناقشة المبدئية للمسائل «وراء طاولة لقاءات العمل» التي تنظمها هيئة التحرير في المكان. وإن خصوصية هذا الأسلوب تتألف من أن المشاركين في اللقاء يتبادلون الآراء حول قضية الحملة. وهكذا بدأت، مثلا، المنافسة في «الأهرام»: في المقدمة وشارك في النقاش المسئولون الإداريون في العاصمة أعضاء اتحاد نقابات العمال. والحقيقة إن الحملة بدأت من قبل أن يعلن عنها في الصحافة. ما إذا الطريقة لافتتاح النقاش الأكثر فاعلية وتفضيلا؟

نسمع أحيانا أن المادة الصحفية أو لقاء العمل يخصر هنا. والحجة هي من الأسهل على من يشارك في الحملة الصحفية الاستناد إلى المؤلف الذي تكون اهتماماتهم أقرب إليه ودقائق القضية معروفة بالكامل وإن نشأت الرغبة بالجدل فإن النقاش هذا سوف يكون مع شخص محدد لكن مع من سنجادل عندما تعطي (الطاولة المستديرة) بداية الحديث؟ الحجج من هذا النوع بالرغم من إنها ليست خالية من المعنى، لكنها ثانوية. الرئيس هو عمق طرح المسألة واهمية المشكلة، وانتقاء الحقائق والشحنة العاطفية لأول مقالة.

ويجب التفكير بشكل دائم بتقديم الحملة، وإيجاد العنوان الثابت الذي يعبر بوضوح ودقة عن الموضوع وغالبا ما يكون عنوانا لأول مقال. وإن العديد من المطبوعات الدورية تفتتح الحملة على الصفحة الأولى بالتوجه – الدعوة إلى القراء للمشاركة فيها. وإن هذا يبرر ذاته.

2ـ تطور الحملة

من الواضح أن الحملة يجب أن تجري باهتمام متصاعد وفي وتيرة جيدة وبالعلاقة المتبادلة الوثيقة مع المواد الصحفية.

ويمكن أن نحدد مسبقا دائرة مؤلفي المقالات القادرين بالحكم على القضية بأهلية أكبر. لكن الأهم هو ليس عدد المقالات والأخبار والرسائل، وإنما كيف يمكن تحقيق التغطية السياسية الأكثر فاعلية للمسألة المطروحة. لهذا السبب إن الخطة الأولية يمكن إن تتعرض للتعديل.

ومن المستحيل لحظ كل شيء وهذه قضية حتمية. زد على ذلك أنه منذ ردود الفعل الأولي توجد أعدادا من مقترحات القراء الأمر الذي يثري، بالطبع، هذه الحملة ويجب الحرص على آراء المشاركين في النقاش ومن الهام أخذها بالاعتبار.

وهكذا لقد وضع القسم عند تخطيطه لحملة (الحياة الاجتماعية: في المقدمة) هدفا له التحدث عن أعمال المنظمات الأهلية القاعدية على ضوء متطلبات التوجيهات الجديدة.

إن الموضوع واسع للغاية يشمل مسائل الزيادة اللاحقة لدور العلمانيين والليبراليين في تطوير المسابقات الإنتاجية الإبداعية. وفي النضال في سبيل فاعلية العمل ونوعيته، الأمر الذي يشكل المهمة المفتاحية لخطط التنمية. وإن الرسائل التي وصلت كاستجابة لدعوة هيئة التحرير للاشتراك في المناقشة تضمن نصيحة البدء بالحديث في أطر هذه الحملة عن الشبان وعن دور أمناء المنظمات القاعدية الجماهيرية، وعن تطبيق حق الرعاية على نشاط الإدارة. وتم هذا الحديث. وكان قصير الأمد.

لكنه كان ينتهي في كل مرة بمادة ختامية «رسائل عن نشاط المبدعين ومقتصدي الرأي» ويعتقد إن هذا مثال جيد على أن هيئة التحرير والقسم قد قاما بعدد من الحملات المصغرة، ضمن حدود الحملة الكبرى الواحدة. وقد امتازت بعمق الأسلوب الصحفي في معالجة الموضوع، وبتحديد النقاش وعادت بالفائدة الملحوظة.

إن عدد المواد التي يخطط لنشرها يعود إلى مواعيد إجراء. فمثلا، تخصص في «الأهرام» لفترة من ثلاثة إلى أربعة أشهر. ويمكن أن يحدث إن الحديث يمكن إن يستمر، لكن، الاسترشاد من حيث المبدأ من حيث الزمن ينظم سير المناقشة.

وإن دور سكريتاريا هيئة التحرير ليس قليل الأهمية في الحفاظ على الوتيرة الجيدة للحملة. وإن مر أسبوع أو أسبوعين بعد نشر أول مادة أساسية ولم تستمر فسوف يتم نسيانها.

وإن طورت هيئة التحرير الحملة مباشرة مصادقة وجهات نظر فيها في جدول صحفي مبدع، فإن هذا سوف يزيد من الأهمية الاجتماعية للمسائل التي تناقش، ومن فاعليتها وتأثيراتها.

لهذا السبب يظهر السؤال: كم حملة يمكن إجراؤها في وقت واحد من قبل الجريدة اليومية؟ تشهد الممارسة على أنه لا يكون أكثر من اثنتين. ففي هذه الحالة يمكن الظهور على صفحات الجريدة مع مواد كل حملة مرتين في الأسبوع ليس أقل وإن هذه الدورية تستجيب تماما لمصلحة القضية.

وتحدد المجموعة الإبداعية أو القسم أو السكرتاريا عند تخطيطها للحملة الوسائل الصحفية التي ستستخدمها، كي تحقق تطورها الدينامي وتحول دون حدوث الرتابة وكيف توفق بين مواد الخطة الكبرى وبين المواد الصغيرة المستعجلة؟ ويمكن هنا الاستناد إلى مثال جريدة «الجمهورية».

يستخدم صحفيو الجريدة مختلف الوسائل عند تطويرهم للنضال في سبيل زيادة الإنتاجية وتوسيع التشكيلة وتحسين نوعية السلع الاستهلاكية. ومن بين هذه الوسائل أخبار فرق التفتيش والتشكيلات الرقابية في المصانع التي تبنى في مجال الصناعات الخفيفة، ومقالات رؤساء الشركات والمصانع وكلماتهم، وتعليقات الصحفيين، أو اللقاءات الصحفية مع الشخصيات الحزبية والاقتصادية ومع العلماء والخبراء.

ويترك مكان كبير للحديث عن أفضل الجماعات والتعميم الإبداعي للتجربة الرائدة والدعاية لها.

ومن المهم جدا أن تجد رسائل القراء الإمكانية الدائمة للظهور في الحملة. وأحد أكثر الأشكال الموفقة والناجحة هو الاستعراض المطول.

ولقد أثبتت جدارتها «الأسطر من الرسائل » التي تنشر بعد المادة الأساسية. وعلى المجموعة الإبداعية والقسم دراسة آراء القراء والمقترحات القادمة إليها. وهذا شرط من شروط التنظيم المثمر للحملة.

ولتطوير النقاش لابد من نغمة الحديث والمناقشة، والنقد العلمي للنواقص، والعلاقة الداخلية بين المقالات.

لكنهم يتناسون هذا الأمر في أغلب الأحيان. وإن الأخطاء في التخطيط للحملات نموذجية إلى حد ما، إذ تكون إما (منظمة) كثيرا جدا فوق الحاجة أو إما بالعكس، قليلة التنظيم.

ففي الحالة الأولى تتابع مجموعة الإبداع والقسم بصورة عمياء الخطة الموضوعة دون أن تأخذ بالاعتبار الجديد الذي يدخله بريد القراء والمقالات المنشورة. ويعد من النقص الاعتماد (الاستناد) في الفقرة الأولى على المادة الرئيسية، وأن تكتب ويتم إدخال المقالة التالية في عداد الأخرى. ونجد عادة العبارة التالية «المسائل المطروحة لها علاقة بنا أيضا...» أو: «لقد أقلقتنا كثيرا رسالة.....» إلا أن الكاتب لن يعود إلى هذه الرسالة.

فهل من الضروري الحديث عن شكلية هذه الطريقة؟ يمكن عد تلك المادة مفيدة حقا لتطوير الحملة التي نجد فيها أمثلة جديدة من المشكلة التي لها علاقة بالنقاش. وهذا ما يحدد العلاقة الداخلية بين المواد بالدرجة الأولى.

إن خطة تطوير الحملة ليست جامدة. لكنها ضرورية. فلا يجوز الانطلاق بالحملة تلقائيا دون الاهتمام بحركتها إلى الأمام. ويحدث في أحيان كثيرة أن النقاش «يتجمد» دون أن يقوى، بالرغم من أنه يبدأ أنه قد بدأ من مادة ممتعة وملحة وحيوية.

والسبب واحد، وهو عيوب التخطيط التي تؤدي إلى المراوحة في المكان وإلى دوران الموضوع في الفراغ.

ويفقد النقاش ديناميته وقدوم الأفكار الجديدة وتدفقها. ويبدو أن الصحيح سيكون الالتزام بالمؤشرات الأساسية للخطة، والتحليل المستمر لكيفية تطوير الحملة، ولما أهمل في هذه المرحلة، وما يجب إتمامه على وجه السرعة.

وستجري الحملة بنجاح أكبر إن اعتمد فريق العمل في التحرير على دعم المنظمات الحزبية وغيرها من المنظمات الاجتماعية. فاللجان الحزبية والأهلية المحلية توافق على مبادرة الجرائد الموجهة إلى التغطية المتكاملة لقضية هامة. وهذا يعطي الحملة شهرة أكبر ووزنا، يؤكد على أهميتها على المستوى المنطقة، والمدينة، الإقليم.

ويرى بعض الباحثين في هذا الدعم مرحلة الذروة في الحملة. لكن إن لم تتخذ اللجان الحزبية والأهلية قرارا خاصا وإن تطورات الحملة على أساس الموضوع الذي أشير إليه في اللجان نفسها؟ فما الذي يمكن عده ذروة؟

ويقصد من هذه المرحلة الهامة في تطوير النقاش تلك الحالة الداخلية للحملة

عندما يكون قد نظر إلى المشكلة بشكل كاف تماما، وتحقق الهدف الموضوع بشكل أساسي، وإن استمرار النقاش لن يعود بجديد بعد ذلك.

ولا يمكن لأية مادة من هذه المواد وحدها أن تمد الذروة، لأن المأخوذة بشكل منفرد لا تستطيع أن تكون مؤثرة أو تترك الأثر الذي يمكن أن نسميه أعلى نقطة في النقاش.

أما مجموعها مع بعضها فتتضمن هذا الأثر. وعند معرفة كم من المواد الأساسية تقريبا يجب نشرها للإضاءة على الموضوع الرئيسي؟ وكم من الوقت يتطلب ذلك؟ حتى يمكن التخطيط لذروة الحملة، وبعد ذلك يتم إنهاؤها.

وتنشر أحيانا قبل النهاية مادة أو مادتان (استعراض، رسالة، مثلا) لكن يجب أن تمتاز حتما بسعة الرأي حول المشكلة والبلاغة، وثبوتية التحليل والتأملات.

3ـ المرحلة الختامية:

إن إنهاء الحملة الصحفية، على نحو ما بدأت بحاجة إلى أسلوب دقيق للغاية. فيكون مفروضا استخلاص نتائج المناقشة، والكشف عن قناعة عن أهميتها الاجتماعية أو إظهار كيف تحل المسائل المطروحة وغير ذلك. ففي «الأهرام» مثلا، أنهيت الحملات بطرق مختلفة.

فإن توجهنا إلى مناقشة «المسابقات: كيف نرفع من فاعليتها» فقد أنهى هذه الحملة كل من العاملين المسؤولين في لجنة تخطيط الدولة في جمهورية مصر العربية ولجنة العمل والأجور واتحاد نقابات العمال.

وأنهم بأخذهم مقالات الجريدة كأساس تحدثوا عن الشيء القيم الذي جلبه النقاش، وعاد به على ممارسة تنظيم المسابقات الإبداعية. والحملة الثانية التي جرى فيها الحديث عن التحولات الاجتماعية – الاقتصادية في القرية انتهت «بلقاء عمل»، حيث دعت هيئة التحرير إليه قادة مختلف الوزارات والمؤسسات التي نشر عنها التقرير. ويمكن للحملة أن تنتهي بمادة استعراضية معدة على أساس آراء المشاركين بالنقاش ومقترحاتهم.

ومع انتهاء الحملة تنشأ حتما مسألة تأثيرها. فإنها لم تقم من أجل النقاش فقط، بل وجدت لتخرج بشكل واسع إلى التطبيق.

وعند تحليل الحملة يجب أن يتم الشعور بالأخبار من مكانها، الأمر الذي يظهر خلال سيرها الدور التنظيمي للصحيفة بقوة جديدة. وإليكم المثال على ذلك كيف كانت ردود فعل حملة الأهرام على قضية «الحياة الاجتماعية: ماذا في المقدمة؟».

إن رسالة مصنع السيارات قد وضعت البداية للنقاش، واستقبلت مقالات الجريدة بالطريقة الجدية ومن مواقف مبدئية. ولقد لاقت صدى حيا في المصانع الأخرى في منطقة حلوان، أعيد نشرها في صحف المناطق والأقاليم واسعة الانتشار وهي ناقشت بنفسها فيما بعد المشاكل المطروحة.

وكرست لمواد صحيفة «الأهرام» اجتماع الكادر التحريري - الاقتصادي والاجتماعات المهنية والعمالية في المصنع أي في الورشات. وإن اللجنة التي شكلتها لجنة الجريدة درست بإمعان ودقة كل الاقتراحات والملاحظات النقدية، والأكثر أهمية بينها دخلت في جملة الإجراءات المدعوة إلى رفع الروح النضالية في مجموعات العمل في الصراع في سبيل فاعلية الإنتاج ونوعية العمل.

وركز الاهتمام الخاص في الجماعة على تعزيز الانضباط في العمل. وتحسين نشاط مجموعات الرقابة الشعبية وموقعها في الورشات جميعها.

فأضحت نتائج المسابقة الإبداعية تحسب كل عام. وبدأت المدرسة تعمل لعامين للأسس الاقتصاد وإدارة الإنتاج.

ودرست تجربة المتقدمين (الرواد) من العمال بشكل واسع في مدارس العمل الوطني وفي حلقات البحث.

وبناء على قرار مكتب الإدارة المحلية في حلوان نوقشت منشورات «الأهرام» في اجتماعات منظمات الحزب كلها في المنطقة.

وقد أعاد النقاش إلى الحياة مئات المبادرات والأعمال النشطة. وبالطبع ترك أثرا واضحا في حياة شيوعيي المناطق الأخرى، ورفع نشاطهم في مجال الإنتاج.

ولا تقاس فاعلية الحملة الصحفية بهذا العمل المحدد الذي يقام به حولها في الأماكن، ولا فقط بالإجراءات المتخذة لإزالة النواقص فحسب. إن الحملة وبخاصة في الصحف المركزية مثل «الأهرام» و«الجمهورية» وغيرها هي بمنزلة مثالا للاهتمام

الشديد بالمسائل الحيوية الملحة بالنسبة لكل كتاب الصحافة. ويمكن في أحيان كثيرة ملاحظة كيف تتسلم الصحف في الأقاليم والمناطق والمدن وموضوع الحملة التي بدأتها صحيفة «الأهرام»، بالطبع إنها (هذه الصحف) تعمل بناء على إمكانياتها وخصوصيتها وخصوصية جمهور قرائها دون أن تنسخ الصحفية المركزية

هكذا حصل النقل، مع حملة «الأهرام» التي قامت بها عام 2003 «من المزرعة حتى المستهلك» التي كرستها لتجنيد احتياطي جديد لزيادة المنتجات الحيوانية وتلبية احتياجات السكان منها بصورة أفضل.

ووجدت هذه المواضيع: انعكاسا لها في الصحف المحلية تحت عناوين خاصة الأمر الذي ساعد على التحسين الفعلي للعمل في جزء هام من تطور المزرعة المرتبط مباشرة برفع مستوى حياة الشعب. ولقد رفعت وحدة جهود الصحافة من فاعلية النقاش الذي أجرته «الأهرام».

الحملات الصحية أسلوب استراتيجي من أساليب الصافة وتستخدم كل ألسنة حال الصحافة. وإن هيئة التحرير يجب أن تعرف عندما تحدد سلسلة مواد في مجال موضوع واحد هام وملح الحملة التي تنوي القيام بها.

ففي تطبيق الصحافة العربية تعرف أنواعا مختلفة من الحملات. فمثلا: إن هيئة التحرير عندما تبدأ الحملة الربيعية (الفصلية) في مجال تغطية سير الزراعة الربيعية وجمع المحصول وإنتاج المواد الزراعية تحل في كل مرة مسألة: كيف يمكن الابتعاد عن الطرق القديمة؟ ما الجديد الذي يمكن إدخاله إلى هذه الحملة؟ وإن جريدة «الأهرام» تشكل فرق عمل في الجريدة للقيام بمثل هذا النوع من الحملات.

ويعد جيدا وبدقة مخطط طرق السفر، ويخطط لسبع أو عشر مواد من مناطق زراعية كبيرة في البلاد. وتوضع أمام هذه الفرق مهمة: التعامل مع عرض الزراعة أو جني المحصول بتحليل عميق للحقائق والوقائع المميزة لهذه المنطقة، والكشف عن التجربة القيمة، وجعلها في متناول الجميع وفضح النواقص المعتادة. ويخطط للمواد

هكذا كي لا تكرر بعضها البعض. وبالنتيجة إن سلسلة المقالات تعطي تصورا واسعا عن الأعمال الفصلية، القضايا والمشاكل التي تنشأ في طريق التنفيذ الناجح للبرنامج الشامل للتطور اللاحق للزراعة الذي أقرته الدولة.

ولا تطلب هذه الحملات المشاركة فيها من قبل دائرة واسعة من القراء، لكن هنا أيضا يبدو واضحا التطور والذروة والنهاية والحد الزمني للحملة، ويبدو أن الدورية والحركية (الديناميه) في النشر تتمتع بأهمية خاصة.

لا يجوز النظر إلى الحملة في الجريدة وكأنها شيء ما معزول عن عناصر الجريدة الأخرى. إنها توجد وتتطور في نظام المواد، وغالبا ما تتمها هذه المواد،

وتدخل عضويا في جوقة الجريدة العامة.

فمثلا إن جرت الحملة في مجال المسابقة وعن دورها في حياة الفرق العمالية فإلى جانبها توجد مقالات وأخبار وملاحظات أخرى حول مواضيع قريبة منها. بالطبع من الأفضل «التفريق» بينها وليس تجميعها في عدد واحد.

وهكذا تتصرف هيئات التحرير عادة. وإن انتهاء أية حملة لا يعني أن الجريدة لن تعود إلى هذا الموضوع. إن الحملة تنتهي، لكن القضايا التي نظر فيها تجد لنفسها إضاءة لاحقة.

فالحياة تسير نحو الأمام دافعة إياها من جديد إلى صلب الاهتمام الاجتماعي.

لقد دخلت كأسلوب تنظيم المادة الصحفية وشكلها بثبات وقوة إلى تطبيق المطبوعات الدورية وممارستها. ولقد تراكمت تجربة كبيرة وثمينة في مجال القيام بأكثر الحملات تنوعا واختلافا. وإن تحليل هذه التجربة يشهد: أن أحد المقدمات الرئيسية للنجاح – هو التخطيط المتقن.

القسم الرابع   نظام العناوين الصحفية

ودوره في خطة التحرير

للعناوين دور خاص ومهم في خطة التحرير. ويمثل استخدامها شكلا هاما من أشكال الموضوعات العامة المصاغة في الأبواب السابقة الطبيعية والتوجهات الأساسية للتخطيط وأهدافه في مجال الصحافة.

إن تخطيط الجريدة حسب العناوين يكشف أمام رئاسة فريق التحرير إمكانات واسعة لأفضل حل للمسألة أو المسائل ذات الطابع المستقبلي والمستعجل على حد سواء. ويعود تحقيق هذه الإمكانيات إلى عدد من الظروف:

أولا – إلى الفهم الصحيح للدور وأهمية العناوين في المطبوعات الدورية.

ثانيا – إلى وضع نظام العناوين في الجريدة.

1ـ أنواع العناوين:

يستخدم في الصحافة الدورية عدد من أنواع العناوين. جزء منها هو العناوين الخدمية (المساعدة) التي تقوم بدور مساعد.

إنها تشير إلى جنس العنونة: «التحقيق »، «السخرية»، «الريبورتاج» وغيرها، وتدل على مصدر المعلومات: «من مراسلنا الخاص»، «سطور من رسائل القراء»وغيرها.

وبعضها يحدد طبيعة الجمهور الذي خصص له النبأ: «في مساعدة المنتج»، «على رف كتب رجل الدعاية» وغيرها.

وتكون العناوين الخدمية (المساعدة) أحيانا مرتبطة بزمن الحدث: «البارحة في المدينة والمنطقة»، «الأسبوع الرياضي»، «أخبار أيام الأسبوع» وغيرها. وتدل القارئ على زمن استقبال الخبر: «في لحظات الفراغ»، «أثناء فرصة الغداء» وغيرها. وتستطيع العناوين الإعلام عن أشكال عمل التحرير وأساليبه: «نادي لقاءات

العمل»، «طاولة التحرير المستديرة»، «نادت الرسالة في الطريق»، «تبادل الرسائل مع القارئ» وغيرها.

إن مثل هذه العناوين الدالة وبشكل خاص على الأجناس تؤخذ في الحسبان في خطط التحرير، لكنها تقوم مع ذلك بدور ثانوي.

إن العناوين (عناوين المواضيع) تتمتع بأهمية أكبر.

إنها تحدد اتجاه المادة المكتوبة وطبيعتها وموضوعاتها، وأحيانا موقف المؤلف وهيئة التحرير من هذه المسألة أو تلك.

وتدل العناوين – المواضيع على أهم أقسام الصحيفة أو المجلة: «الحياة الاجتماعية»، «رسائل القراء»، «الأخبار الدولية»، «الرياضة » وغيرها. وإنها تعطي تصورا عن طبيعة المقالة النقدية تحت عنوان «في المهداف الساخر»أو المقالة الداعية للتجربة الرائدة – «مولود بالمسابقة».

ويحدد دور العناوين المواضيعية في خطة التحرير بالإمكانيات التي تتيحها أمام القراء وأمام الصحفيين أيضا. فبالنسبة للقراء إن العناوين المواضيعية هي ما يشبه البوصلة في بحر المعلومات والدليل في عدد الجريدة والجريدة بكاملها. إن هذا هو الإشارة السيكولوجية الفريدة التي تجذب اهتمام القارئ وتركزه وبذلك تكون قد أثرت استيعاب المعلومات.

فبمساعدة العناوين – المواضيع يجد القارئ بسرعة المقالات التي تهمه كفرد من أفراد المجتمع الحضاري المتطور والاهتمام الخاص كممثل لفئة اجتماعية معينة في هذا المجتمع.

وكذلك توجه العناوين المواضيعية عمل الصحفي أيضا. يحصل رؤساء التحرير على إمكانيات إضافية لتوفير الروح الهادفة في عمل الفريق، ولعرض

الصحفيين الخطوط الأساسية على الصحفيين كلهم لنشاطهم في الفترة القريبة والأكثر بعدا، وهم يختارون العناوين الموضوعية الرئيسية في الجريدة.

وبعد انتقاء العناوين المناسبة لمواد العدد وبعد صياغة المهام الرئيسية وقضايا النهار بمساعدتها يمكن رفع مستوى حيوية المواد المنشورة في المطبوعة. وأخيرا، يستطيع رؤساء التحرير بعد إظهارهم للقراء الاتجاهات المواضيعية للجريدة بمساعدة العناوين تعزيز الطريقة التفاضلية في التعامل مع جماهير القراء في نفس الوقت.

واستخدام العناوين يسهل عملية تنظيم المواد وتجميعها وتوجيهها لفئة معينة من القراء.

2. نظام العناوين في الجريدة

لكي نتحاشى الاستخدام العفوي والإداري للعناوين في الجريدة يجب أن تشكل نظاما موحدا متبصرا جيدا.

وعناصر هذا النظام هي العناوين التي تختلف عن بعضها بطبيعة الحياة واستمراريتها وبدورية ظهورها على صفحات المطبوعة، وبتوجهها إلى جمهور معين، بأهميتها بالنسبة لفريق التحرير وللتخطيط لعمله.

ويحدد نظام عناوين الجريدة بنظام توجهاته المواضيعية والمواضيع التي تعود إليه. إن الصحف من مختلف الأنواع والمستويات يختلف بعضها عن الآخر بعدد عناوينها. ففي الصحف المركزية الكبرى يستخدمون أحيانا مائة وخمسين إلى مئتي عنوان.

وفي صحف المناطق والأقاليم تكون العناوين أقل، أي بعض بالعشرات وأقل من ذلك تكون في صحف المدن والأحياء.

لكنها يجب أن تكون في أي إصدار دوري كافية، كي لا يعاني كبير المحررين وفريق التحرير، وكي تستطيع السكريتاريا والأقسام تنظيم المواد بحرية. ويجب أن تكون العناوين كافية كي يكون جهاز التحرير في وضع يسمح له بمساعدتها آخذا بالاعتبار لكل المهام المطروحة أمامه من قبل اللجان المحلية والأهلية من جهة، وكل المتطلبات الأساسية كلها للقراء واهتماماتهم ومن جهة ثانية ولكي يستطيع تكوين هذه الاهتمامات باستخدام العناوين.

من غير الضروري أن تكون العناوين كثيرة للغاية ، وفي الحالة المضادة سوف يعيقون جهاز التحرير. إن الكثرة الزائدة للعناوين تؤدي إلى أن تصبح السكريتاريا والأقسام في حالة لا تسمح لهم بضمان «تعبئتها» بشكل منتظم وبالنتيجة إن العديد من العناوين تظهر على صفحات الجريدة ثت وقت لأخر تباعا ، وفي المطاف سوف تزول.

إن نظام العناوين يجب عليه أن يشمل فقط ما هو ضروري فعلا، الأمر الذي يساعد القارئ والصحفي. وليس مصادفة أن يتقلص عدد العناوين في جريدة «السفير» في السنوات الأخيرة بعض الشيء، إذ وصل إلى مائة ونيف قليلا. بالمقابل إن ما تبقى من عناوين أصبح نتيجة لانتقاء متمعن جدا ومتعدد الجوانب. وإليكم كيف يفسر السكرتير المسؤول في «السفير» أسس تنظيم إعداد العناوين في الجريدة: «يكون على السكريتاريا خلال ممارسة استخدام العناوين المواضيعية كأداة للتخطيط مواجهة اتجاهين سلبيين.

الأول السعي إلى الزيادة المستمرة في عدد العناوين. إن الحياة تطرح مسائل جديدة، والمبادرة الصحفية تظهر بحرارة، وتكون رغبة الأقسام والمؤلفين طبيعة لإظهار «السلعة المباشرة».

لذلك لابد من التعامل مع إعادة النظر بالعناوين الأساسية، والإضافة إليها بنوع معروف من الارتياب السليم والإصدار القوي.....لكن هذا، بالطبع

لا يعني أنه في حال الضرورة الفعلية لا يجوز إدخال عنوان جديد متبصر و «له صداه» بسرعة.

والتوجه الآخر لا يتعلق بالتخطيط بنفس القدر الذي يتعلق به التنفيذ – والحديث هنا يدور حول العنوان نفسه مع مضمون المادة.

وأن نواقص هذه أو تلك المقالات يحاولون أحيانا إخفاءها تحت عنوان رنان. ولهذا السبب يتقلص الدور التنظيمي للعنوان، وبهذا تنزع الثقة منه. وهنا يكون من الضروري أمر واحد: مبدئية العاملين في السكرتاريا لكي يزيلوا العنوان من الصفحة كحد أدنى، والأفضل المساعدة على إيصال المادة إلى الحالة الجيدة.

إن تكوين نظام عناوين الجريدة لا تعني، بالطبع، أن كل العناوين يجب أن تكون مقدمة في كل عدد حتما. فالقارئ يجب أن يرى في الإصدار الواحد فقط تلك العناوين التي يسعى إلى تحقيقها في الوقت الراهن. لكن لا بد من استخدام كل نظام العناوين في الجريدة في مرحلة كبيرة نوعا ما.

إن تخطيط عمل التحرير بمساعدة العناوين يعود في كثير من جوانبه إلى استمراريتها. إن بعضها يعيش في الجريدة أعواما مغيرا، فقط شكله أحيانا. والعديد منها يستخدم في المطبوعة الدورية خلال عام كامل. والتغيرات التي تدخل عادة في نهاية العام إلى الشكل بعيد المدى للجريدة فقط تؤدي إلى الاستبدال من هذه العناوين عناوين جديدة، أكثر حيوية.

وهناك عناوين تخدم الجريدة زمنا أطول. ويستمر في جريدة « الجمهورية » منذ أكثر من عشر سنوات العنوان «منبر للمبدعين في الإنتاج»، وأقل بقليل العنوان «نحن – أصحاب الإنتاج» الذي ظهر على صفحة الجريدة باقتراح من القارئ. إن هذه العناوين الثابتة (الدائمة) في «الأهرام» مثل «الحياة الاجتماعية» (في مختلف أشكاله)، «النهج- الفعالية»، «يوميات المسابقة»، «الإدارة: علم

وممارسة»، «من بلدان العالم» وغيرها تتطابق مع فصول المواضيع الرئيسية في الجريدة وتشكل أساس تركيبها.

إن العناوين الثابتة التي تظهر في كل عدد من الجريدة أو بشكل دوري، بوتيرة معينة وبفاصل كبير أو قليل، تشكل مادة للاهتمام الخاص من قبل رئاسة التحرير، وبخاصة السكريتاريا.

فلابد من مواصلة ودعم استمراريتها عدم انقطاعه بإعداد المواد المناسبة.

إن العناوين المرتبطة بالحملات السياسية، أو الاقتصادية، أو التي لها طبيعة فصلية تمتاز بعض الشيء من العناوين الثابتة.

فمثلا، تظهر الصحف بانتظام عناوين أثناء الحصاد: «تتابع الحصاد»، «القمح للوطن»، «المحصول بين يديك»، «مركزنا الصحفي في الحصاد» وغيرها من عناوين. وتزول هذه العناوين مع انتهاء جني المحصول حتى العام القادم.

إن العناوين المرتبطة بحملة معينة تستطيع أن تعيش من بضعة أسابيع وأشهر حتى عام وأكثر: إنها تولد عندما تبدأ الحملة وتزول مع انتهاء الحملة. وهكذا، بدءا من حزيران حتى تشرين أول عام 2004 أثناء المناقشة الشعبية العامة لمشاريع تنموية كانت تظهر في كل عدد من أعداد «الأهرام » و «الجمهورية » و «الأخبار» وغيرها من الصحف صفحات موضوعاتية وانتقاءات بعناوين «وراء سطور المشروع»، «منصة الملايين»، «أقاسم الرأي»، «اقتراح» وغيرها. وعندما أقرت دورة البرلمان في تشرين الأول عام 2004، استبدلت بهذه العناوين عناوين جديدة مرتبطة بحملة سياسية تالية.

وأن كل من هذه الحملات تولد في الصحافة عناوين لها، تشكل بصورة موجزة وذات معنى الأهداف الرئيسية للحملة ومهامها التي تعطيها الشعار والنداء. إليكم ما يكتبه عن مثل هذه العناوين العالم البلغاري د. غيورغيف: «العنصر الحتمي فيكل حملة هو العنوان الذي يعبر عن موضوعها. ويزداد الأكثر

من العنوان إن ترافق بصورة أو رمز مقدم على شكل وسيلة إيضاح أو مقدمة توضيحية إن العنوان والمقدمة يشكلان العلامة الدائمة لكل مادة منشورة في أطر الحملة. ويمكن تسمية هذه العلامة معيارا مميزا ».((11))

وتظهر مثل هذه العناوين أيضا بواسطة الوسيلة الفاعلة للتخطيط لعمل فريق التحرير وتؤخذ بالاعتبار عند وضع الخطط المستقبلية والراهنة. وتظهر على صفحات الجرائد كذلك العناوين العرضية (الاستطرادية) لمرة واحدة. وتستخدم لتدقيق طبيعة بعض المقالات. وعند ظهورها في جريدة ما أو عدد ما من الجريدة فإنها لا تتكرر.

وإن هذه العناوين تقدم مساعدة معينة للقارئ، ويجب أخذها بالاعتبار عند التخطيط للجريدة. ويمكن أن تكون العناوين أداة التخطيط للتحرير فقط في تلك الحالة ان حددت بوضوح ودقة دورية ظهورها صفحات المطبوعة الدورية.

وإن بعضها مثلا، "قرارات المؤتمر القطري السادس لحزب البعث العربي الاشتراكي تطبق في الواقع"، "الانباء"، "الانباء الدولية"، "الرياضة" وغيرها، تظهر تقريبا في كل عدد من اعداد الجريدة. اما الاخرى فتظهر في الصفحات مع انقطاع زمني طويل او قصير/ في عدد من اثنين، او مره الاسبوع او مرتين في الشهر.

وتختلف العناوين من حيث الجماهير التي تتوجه اليها ايضا. مثلا، إن كرست مواد عناوين مثل "من اجل الانسان العربي"، "وطني"، "المؤمن، الناس، الاخلاق"، "السلع للشعب" او "مدرسة المواطنية" في "المسيرة" لكل قراء الجريدة او اكثريتهم، فإن المقالات في "البعث" تحت عنوان "الادارة: علم وممارسة" فتنشر قبل كل شي خصيصا لرؤسا الفرق الانتاجية والعلمية وللاقتصاديين، اما المواد تحت عنوان في "المسيرة" فموجهة قبل كل شيء الى الاحداث.

وان هذه الاختلافات تؤخذ ايضا بالاعتبار عن استخدام العناوين في خطط التحرير. ان طبيعة العناوين المرتبطة كذلك بنوع المطبوعة وخصائص قرائها

فيمكن استخدام بعض العناوين في كل الجرائد. مثال "يوميات المسابقة"، "عن الناس الطيبين"، "نعقب على الحقيقة"، "الانباء الرياضية"، والخ. .. وعناوين اخرى تكون خاصة فقط بالصدارت من نوع معين، مثال "عنفوان التجربة الشبيبية" او "من اجلكم ايها الرومانسيون" تكون عادية بالنسبة للاصدرات الشبابية ونادرا ما تصادف في صحف اخرى، كما هي الحال مع العناوين «نبض المنطقة» و«البارحة في المدينة والحي» أو «ضيوف مدنيتك»التي تمتاز بها صحف المدن والمناطق. وتحصل على أهمية خاصة عند التخطيط للتحرير العناوين الخاصة بهذه المطبوعة والمحددة، ولا تصادفها في الصحف الأخرى. وهكذا، تظهربانتظام في صحيفة «المسيرة» العناوين «لتكن دمشق مدينة حضارية نموذجية »، «150 سطر، القارئ، المدينة، الجريدة»، «مشاكل مدينة كبيرة»«في ورشة النحات» وغيرها، التي تلقي موادها الضوء من الجوانب جميعها على السوفياتية.

ويمكن التعرف على صحيفة «تشرين» من دون خطأ من خلال العناوين التي تمتاز بها: « حقيقة صحفية »، «المراسل العالي » ، «العمود الثامن» وغيرها، أما «الثورة »فمن خلال العناوين: «آذار، الناس ، الزمن »، «وراْ قضبان الأحداث»، «صندوق الدنيا » وغيرها. إن هذه العناوين الخاصة تؤثر بدرجة قوية على تكوين وجه الجريدة.

وهذا مفهوم لأن استخدامها يكون مشروطا بخصائص جماهير القراء. لذلك إن مثل هذه العناوين يكون من الصعب نقلها إلى أي مطبوعة أخرى. وعموما لابد من الحذر الشديد في التعامل مع إستعارة العناوين المستخدمة في الصحف الأخرى وفي كل حالة محددة لابد من الوزن الدقيق لتناسب العناوين «الغريب» مع نماذج المطبوعة التي سينقل إليها، ولطبيعة جمهورها واهتماماتها. ومن الأفضل أحيانا تغير شكل العنوان أو استبدال آخر به يكون مناسبا أكثر لهذه الجريدة.

وأخيرا، إن طبيعة استخدام العناوين في التحرير لها أهميتها أيضا. إن بعضها – التحريرية العامة – تستخدم من قبل أكثرية أقسام التحرير كلها أو أكثريتها. مثال عناوين «الأهرام»: «وراء سطر مقررات مجلس الشورى»، «الجودة – مرآة العمل »، «رومانسية الشؤون العادية»، «ولدته المسابقة»، «شجاعة السائرين إلى الأمام » وغيرها.

بالإضافة إلى أن كل قسم من أقسام التحرير يقود مجموعة من عناوينه. وهكذا، فإن قسم الصناعة والاقتصاد في «الأهرام» ينشر مواد ليس فقط تحت عناوين عامة «النهج – الفاعلية » و«الجودة- مرآة العمل »، بل وتحت عناوين القسم -« حسب جدول الرواد»، «طرق التقدم التكنولوجي »، و«السلع للشعب».

ويشيرون في خطط التحرير قبل كل شيء إلى العناوين العامة والأكثر أهمية بالنسبة للأقسام. وأما في خطط الأقسام، فيسجلون تلك العناوين التي يديرها القسم والتحريرية العامة وكذلك التي يكون العاملون في القسم مسؤولون عنها.

ومع مرور الوقت تتغير بعض العناوين التحرير والأقسام. ومع تطور الاتجاهات التي تتناسب العناوين معها تتغير مضامينها وأشكالها وتحدد بدقة وتتطور، ويدخلون إليها عناصر جديدة. وإن حياة العنوان وتطوره خلال نصف عام أو عام، وأحيانا عدة سنوات تعكس كذلك تطور المواضيع المناسبة في خطط التحرير والتغيرات في إضاءة التحرير لها وطرق معاملته معها.

إن نظام عناوين الجريدة يشكل بأعتبار خصائصها كلها وطبيعة عناصرها ويعد نتيجة لجهد الصحفيين كلهم في التحرير. عادة تقوم السكرتاريا بداية بوضع مشروع نظام عناوين، وتعرضه للنظرية على كل فريق التحرير.

ويقترح الصحفيون في جهاز التحرير العناوين العامة، وعناوين أقسامهم وينظر في هذه الاقتراحات من قبل السكرتاريا وهيئة التحرير التي تصادق على الشكل النهائي لعناوين هذه الجريدة.

ومن المفيد طباعة قائمة بهذه العناوين في المطبوعات على أوراق مستقلة أو في «ذاكرة العاملين في التحرير»؛ لاستخدامها من قبل الصحفيين جميعهم

تنظر هيئة التحرير في بعض أجهزة التحرير، مثلا في جريدة «الأهرام» في نهاية العام في نظام العناوين وتجدده.يعلن عن مسابقة تحرير عن أفضل العناوين حول مواضيع معينة، وتشكل لجان إبداع لانتقاء العناوين.

وتوضع في أساس نظام العناوين موضعه طويلة الأمد للجريدة.وأن مختلف جوانبها يشترط البحث واختيار العناوين المناسبة.مثلا، إن نظام الأجناس الصحفية المستخدمة في الجريدة يجد لنفسه انعكاسا في عناوين الأجناس المناسبة.وأثناء البحث عن العناوين تؤخذ بالاعتبار أيضا نتائج دراسة جماهير القرآء. ويساعد انتقاء العناوين على دراسة خطة العمل في هيئة التحرير وغيرها من المؤسسات الإرشادية لهذه المرحلة.وهذا يسمح بالصياغة الدقيقة للعناوين الموضوعاتية «الثابتة» التي تعرض المهام الرئيسية الماثلة أمام قرار هذه الجريدة.

والمصدر المهم للعناوين الجديدة هو بريد التحرير ورسائل القرآء ورغباتهم وتمنياتهم ومقترحاتهم، والملاحظات النقدية الموجهة إلى الجريدة. وتتوجه أجهزة التحرير «الأهرام» و«الجمهورية» و«الأخبار»وغيرها من الصحف الكثيرة إلى قرآئها تطلب تبادل الأفكار والآراء عن الجريدة وتقديم تقويم للفصول والعناوين الثابتة واقتراح الجديد منها.وبنتيجة هذه «النصيحة الكبرى من القرآء» تتولد عناوين كثيرة تحتل مواضع ولفترة طويلة مكانا مرموقا على صفحات الجريدة.فمثلا أدخلت إلى صحيفة«الأهرام»فصول وعناوين جديدة: «بدءا، من أول القرارات الجديدة»، «خارطة العالم: 1999-2004» «اوكتوبر في حياتنا» وغيرها في العام 2004 على أعتاب الذكرى السنوية لحرب تشرين بناء على اقتراح القرآء.

3ـ العنوان وخطة التحرير:

إن استخدام العناوين كما أظهرت الممارسة الصحفية، يكون مفيدا عند وضع خطط التحرير كلها. وإنه يقدم إمكانية صياغة بنية الخطة بشكل دقيق، ويعطي هذه الخطة مقصوديتها، ويضمن التحديد المواضيعي الكافي، ويسهل الرقابة في تنفيذ الخطة.

ويكون لزما الأخذ بالاعتبار في الخطط للاختلافات في معاني العناوين وأهميتها وسعتها.فبعضها، مثل«قرارات خطط التنمية في الواقع» «مسائل النظرية»، «الأصدقاء يتعلمون من الأصدقاء»، «يوم الكوكب» تشير إلى أهم فصول الجريدة، وإلى الاتجاهات الأساسية لعمل الفريق الصحفي.والأخرى ليست واسعة لهذه الدرجة، وتشير إلى أجزاء من الفصول، وتعد معالجة للمواضيع الأساسية في الجريدة.

إنها العناوين الثانوية الفريدة التابعة للفصول.والثالثة تكون أضيق من حيث شموليتها للواقع وارتباطها بجانب معين من العملية الاجتماعية أو حتى بالحدث.إن العناوين بناء على ذلك تستخدم أيضا في مختلف أنواع خط التحرير.

عند الإشارة إلى الاتجاهات الأساسية لما تنشره الجريدة في الخطة المستقبلية، وعند تحديدها في خطط العمل الجارية من المفيد صياغتها، وترتيبها بمساعدة العناوين الشاملة الواسعة التي تفتح أهم الفصول في المطبوعة الدورية. وهكذا تبنى خطة التحرير الربعية (الفصلية) في«الأهرام».

فمثلا حسب قسم الدعاية يشار فيها إلى العناوين الأساسية للقسم وإلى مواضيع المواد حسب كل خطة:

- مسائل نظرية. الأسلوب العلمي في العمل، الدعائم الاقتصادية للتخطيط والإدارة والعولمة والإنسانية. مقياس الجهد ومقياس الاستهلاك، وحدة المجتمع العربي المتطور وتطوير الديمقراطية.

- المسائل الاجتماعية، التخطيط للتطوير الاجتماعي للجماعة، المسألة النسائية في الحياة المعاصرة، تطوير الشخصية متعددة الجوانب ورفاهيتها، الصورة الأخلاقية وكرامة المواطن.وغيرها.

ويدخلون في الخطة المستقبلية، وبالطبع، العناوين الأساسية لخطط الحملات أيضا التي يجب أن تقوم بها الجريدة.ويركبون بمساعدة العناوين بهذا الشكل «العمود الفقاري» للخطة المستقبلية.فإن العناوين الأساسية في الجريدة التي تشير إلى خطواتها الرئيسية تبقى دون تغيير خلال سنوات عديدة.

فإن تتغير فمن حيث الشكل فقط، فتتجدد- بالتناسب مع تغير أو تبدل الحالة المحدد- المهام الماثلة أمام جهاز التحرير.

ويستخدمون في الخطط المستقبلية، الشهرية، وخاصة الأسبوعية خلا العناوين الواسعة جدا والشاملة عناوين أخرى أيضا أكثر محدودية ودقة. وتشكل عناوين الدورية المتنوعة «هياكل» هذه الخطط بدءا من الدائمة حتى العرضية. وتشغل أهم عناوين الأقسام مكانة مهمة وخاصة في الخطة الأسبوعية.إلا أن الجزء الأكبر من عناوين الأقسام يبقى خارج حدود الخطة الشهرية، حتى الأسبوعية. ويشيرون في خطة العدد المستقبل للجريدة إلى العناوين كلها التي يجب أن تكون على الصفحة المطبوعة.

ويمتاز استخدام العناوين في خطط الأقسام ببعض الخصائص كقاعدة وإن مثل هذه الخطة تبنى حسب كل عناوين القسم دون استثناء وحسب تلك العناوين العامة التي موادها دوريا هذا القسم بتكليف من رئاسة التحرير.

وتبنى خطة الملة الصحفية أيضا حسب عناوين الخطة مع الإشارة إلى ظهورها على الصفحة. ويسهل استخدام العناوين كعنصر من عناصر بنية خطة التحرير، ويبسط الرقابة على التنفيذ.

ويمكن القيام بهذه الرقابة حسب جملة الجريدة باعتبار ظهور العناوين على الصفحات خلال مرحلة محددة. وكانت السكرتاريا في هيئة تحرير جريدة (الأخبار المصرية) تعد بانتظام تقريرا شهريا لهيئة التحرير عن دورية الظهور المتتالي للعناوين الأساسية. وهذا يسمح بإظهار «الانقطاعات» في الظهور المتتالي للعناوين على الصفحات فورا وباتخاذ الإجراءات لإزالة النواقص.

إن التخطيط للعناوين يعد مقدمة ناجحة لتنفيذ خطط التحرير، وكذلك للرقابة الفاعلة فيها.وليس فقط المعلومات الصحفية إلى جماهير القراء،

بالإضافة إلى استيعاب هذه المعلومات. ويكتب الباحثان الروسيان كويلوف ي.ف وشينكاريتكو ف.ف: «عند التخطيط للعنوان بذلك يكونوا يخططون بدرجة ما لعملية استيعاب المعلومات، في الحقيقة، يخطط ليس للاستيعاب ذاته، بل كما يقال للمقدمة والكلمة، وللإمكانية.

لكن هذا التخطيط وفي هذا الشكل المحدد يصبح إحدى الوسائل الفاعلة والمؤثرة التي تدير استيعاب المعلومات من قبل الجمهور. ويخطط للعناوين بناء على صفتين أساسيتين. أولهما: بناء على زمن ظهورها في الصفحات الخاصة بالدورية.

ويعني هذا عمليا تثبيت كل عنوان من العناوين في العدد الذي يصدر في يوم معين من الأسبوع أو تاريخ محدد من الشهر. أحيانا تحدد بتحديد دورية العنوان كحد أدنى في الجريدة، مثلا، مرتان في الشهر ثلاث مرات في الربع و إلخ. معطية الفرصة لرؤساء التحرير أو الأقسام تحديد زمن ظهورها في المطبوعة الدورية. لننظر مثلا، كيف يخططون للعناوين حسب زمن ظهورها في أقسام جهاز تحرير جريدة «الجمهورية» إن قسم الإخبار هنا يقود عدا العناوين – العامة خمسة عشر عنوانا. وتتوزع هذه العناوين من حيث الزمن: كل يوم في كل عدد يقدم القسم العنوان «العمود الأخير» وفي أيام السبت يظهر في الجريدة العنوان «يوميات المندوب»

وفي لأيام الجمعة «نشرة أخبار الجمعة». وفي آخر يوم جمعة في الشهر ينشر القسم مواد تحت عنوان «يوميات المندوب، أخبار القاهرة»عن حياة العاصمة.

وبالنسبة لبعض العناوين يتم تحديد دورية صدورها في الجريدة فقط: «ريبورتاج من الخط الأمامي» عن الأعمال الجيدة لرواد الصناعة والزراعة.

مرتان في الأسبوع. «طرق الخطط التنموية».

تحقيقات مرة واحدة في الشهر، وتحقيقات تحت عنوان «أناس ذوو مصائر أسطورية ». ثلاث مرات في الربع (الفصل)، ريبورتاجات تحت عنوان «خطوط حديد القاهرة – حلوان كيلو متر بعد كيلو متر».

مرتان في الربع (الفصل). ....إلخ.

ويحدد رئيس القسم نفسه بالاتفاق مع السكرتاريا ومن زهور هذه العناوين على صفحات الجريدة. وكل صحفي في القسم يدير عددا من العناوين.

وثانيهما: التخطيط للعناوين حسب المكان.

وهذا يعني تثبيت كل واحد منها في مكان محدد في العدد – على صفحة محددة أو حتى في جزء من هذه الصفحة.

وتؤكد ممارسة إصدار العديد من الصحف – «الأهرام »، «الجمهورية»، «الديار»وغيرها فائدة مثل هذا التخطيط. فإنه يسهل عملية تحديد تركيب كل عدد من الجريدة. هذا يتعلق فقط بالعناوين الدائمة، وبعناوين الحملات الصحفية التي تستخدم لفترة طويلة. فمثلا، كل هذه العناوين في «الأهرام» يخطط لها حسب صفحات العدد: مواد عنوان «الحياة الاجتماعية» في مختلف أشكالها، «وراء سطر قرارات الدولة»، «الإدارة: علم وممارسة» توزع دائما في الصفحة الثانية. والعناوين «من البلدان العربية الشقيقة»و«عامود المعلق» في الصفحة الخامسة، أما العناوين «الإخبارية»أو الرياضية» فعلى الصفحة السادسة. «عمود المعلق»يطبع دائما في

أعلى الصفحة الأخيرة وفي العمود الثامن من الصفحة الخامسة، أما الأخبار المتفرقة «الأنباء» فتشغل عادة الجزء الأعلى من العمود الأول من الصفحة السادسة.

إن مثل هذا النظام المتشدد في توزيع العناوين حسب صفحات الجريدة لا يستثني مرونته. فعند الضرورة تنقل الأخبار «الأنباء» نفسها المتفرقة تنقل في صحيفة «الأهرام» من العمود الأول إلى مكان آخر في الصفحة، وعلى الأغلب إلى أعلى آخر عمود. إن العناوين في المطبوعات كثيرة الصفحات وغير اليومية عادة تثبت، كقاعدة، على صفحات محددة. وهكذا، إن قراء جريدة «الديار» يعرفون أن المقالات الأدبية مقتطفات من الأعمال الجديدة للكتاب العرب والأجانب وقصائد الشعراء العرب، يمكنهم إيجادها دائما على الصفحة السابعة من كل عدد، ويقرؤون على الصفحة الثامنة تحت عنوان «الفن» مقالات نقدية حول المسرحيات والأفلام السينمائية الجديدة، وفي الصفحة السادسة عشرة حيث يوجد العنوان المصور «نادي الاثني عشر كرسيا»تنشر المواد الهزلية والساخرة.

إن التخطيط للعناوين حسب الزمان والمكان يترك لدى القارئ عادة البحث في الجريدة عن المواد الضرورية والممتعة بالنسبة له في يوم معين من أيام الأسبوع وفي مكان معروف له، أي على هذه الصفحة بالذات. إن ذلك يسهل الاسترشاد بسيل المعلومات التي تقدمها الجريدة

ونشير إلى انتقال الصحف إلى الطباعة «الأوفست» والإمكانيات التي تتوافر بسبب ذلك؛ لاستخدام الألوان الإضافية يسمح بالتخطيط للعناوين حسب اللون كذلك. مثل صحيفة (الراية) وغيرها من الصحف التي تطبع بوساطة الأوفست، فيمكن تثبيت لون معين، وبذلك يتم تسهيل إيجاده في العدد. وبالطبع، إن اللون الإضافي يستخدم لإبراز أكثر العناوين المطبوعة ديمومة وأهمية.

4. العناوين والجدول الشبكي:

لقد وضعت ممارسة التحرير أشكالا متنوعة للتخطيط بمساعدة العناوين. وأصبح الجدول الشبكي لإصدار الجريدة أكثر هذه الأشكال فاعلية لننظر إلى مبادئ وتكنولوجيا تشكيلة، والأنواع المختلفة لبنائه.

وتعد العناوين والإرشادات لصدورها في العدد الخاص للمطبوعة الدورية أهم عناصر الجدول الشبكي. وعند استخدامها من الممكن وضع جدول بشكلين أساسيين ففي الأول تكون قاعدته دورة معينة لإصدار الجريدة، مثلا، أسبوع أو أسبوعان. وعلى اليسار، وفي الشبكات التي تتقاطع مع الأعمدة بإشارات (*) وبعلامات أخرى متفق عليها يشرون إلى صدور عنوان معين في العدد.

إن مثل هذه الجدول مريح للتخطيط للعناوين الثابتة التي تتكرر دوريا في الأيام نفسها من الأسبوع، مع انقطاع قصير في صدورها على الصفحة.

لكنه لا يسمح بالتخطيط للعناوين التي تظهر في الجريدة مع انقطاعات بعيدة لنقل، مرة في الشهر، في أيام معنية، مثلا في آخر يوم جمعة من الشهر، أو في أيام غير محددة. ويمكن التغلب على هذا النقص عند الإشارة في الرأس الأعلى للجدول ليس فقط في تواريخ صدور الجريدة خلال شهر أو حتى خلال شهرين، بل وإلى أسماء الأيام الأسبوعية.

عندئذ يكتسب الجدول الشكل التالي:

ويمكن إدخال عنصر ثالث إلى الجدول الشبكي وهو الإشارة إلى توضع العنوان في العدد. عندئذ سوف يحدد تركيب العدد أيضا.

إن هذا الجدول يبنى حسب صفحات العدد. في الجانب يشار إلى صفحة العدد والعناوين، وفي الأعلى، في «الرأس» أيام الأسبوع أو تاريخ صدور الجريدة. والنوع الثالث هو الأكثر تعقيدا، لكنه الأكثر فائدة بين أنواع الجدول الشبكي.

يخططون هنا لأربعة عناصر: العناوين، وزمن صدورها في العدد، ومكان تموضعها في العدد، والقسم المسؤول عن إعداد المادة في مجال هذا العنوان. ويمكن وضع الإشارة إلى الأقسام في جانب الجدول، بعد العنوان: إلا أن هذا الشكل للجدول فيه نواقصه أيضا.

إنه لا يعطي إمكانية الإشارة إلى الأقسام التي تعد المواد الخاصة بالعناوين العامة في التحرير. (في زمننا – في مجال العناوين، «شجاعة من يسير في المقدمة، وبناء على المقالة الافتتاحية). ويحول دون هذا النقص بتغير إشارات (*) بإشارة الأقسام بمساعدة علامات مشترط عليها – فهارس.

فعندئذ تشير الأقسام إلى أسمائها بواسطة الحرف الأول أو الحروف الأولى مثلا قسم الحياة الاجتماعية بحرف (ح)، وقسم الصناعة بحرف (ص)، وقسم الزراعة بحرف (ز)، والدعاية بحرف (د)، والثقافة والحياة بحرفي (ث ح) وقسم العرب بحرف (ع)، وقسم الأخبار بحرف (خ).

وآخر نوع من أنواع الجداول هو الأكثر تعقيدا، لكنه يعطي رؤساء التحرير والأقسام كل المعطيات والمعلومات عن التخطيط للعناوين في الجريدة لفترة معينة. ويتطلب إعداده من العاملين والسكرتاريا وقتا أكثر بعض الشيء، إلا يعطيهم الإمكانية الأفضل لإدارة فريق التحرير، وللإعداد لإصدار الجريدة.

وعلى أساس الجدول الشبكي العام للتحرير يمكن وضع جدول القسم في التحرير أيضا، و يشار فيه إلى عداد كل العناوين الخاصة بالقسم، العناوين العامة أيضا التي موادها التي يجب أن يعدها هذا القسم بالذات.

وإن كان تنظيم العمل في القسم يفترض المسؤولية عن مواد بعض العناوين، التي يتحملها كل عامل في القسم، فتمكن الإشارة «إلى من» ومتى يجب أن يقدم الجريدة المقالة المناسبة وذلك بمساعدة الفهرسة الشرطية. نفترض إن في قسم الأخبار في جريدة منطقة أو إقليم يعمل ثلاثة صحفيين: حسن محمد، علي. عند

الإشارة إليهم بالفهرس الشرطي (ح.م.ع ب)، ومن المفيد إدخال بعض العناوين الخدمية وبخاصة الأجناس الصحفية مثال «هجاء الأمد» أو «ريبورتاج من مكان الحدث» إلى الجدول الشبكي إن التخطيط لعناوين الأجناس الصحفية يساعد السكريتاريا على ضمان النظام في استخدام الأجناس الصحفية.

***

إن التخطيط حسب العناوين ما هو إلا أحد أشكال التخطيط لعمل فريق التحرير ونشاطه الذي وضعته الممارسة الصحفية. وإنه يعطي الأثر المرجو منه فقط بالتوافق والاقتران مع الأشكال الأخرى والأساليب الأخرى أيضا للتخطيط لعمل التحرير.

الفصل الخامس
خطة الصحفي الشخصية



الفصل الخامس

خطة الصحفي الشخصية

القسم الأول – خطة عمل الصحفي هي عنصر خطة التحرير

إن هدف خطة التحرير ضمان التنظيم الأمثل لعمل فريق التحرير كله. الذي يتألف من أفراد، لذلك تنطوي خطة التحرير في نهاية المطاف على التخطيط للعمل الشخصي لصحفي التحرير. وإن الخطة الشخصية للصحفي هي الحلقة الختامية لأي نظام تخطيط في التحرير.

وكما هي الحال مع دور الصحفي وحده، ومهامه التي لا تتطابق تماما مع دور التحرير ومهامه بشكل عام، بالرغم من أنه يحدد بها، فإن الخطة الشخصية للصحفي لا تتطابق بالكامل مع خطة لتحرير، إذ إنها أقل منها بكثير وفي الوقت ذاته تخرج خارج حدودها. وتتمتع خطة عمل الصحفي الشخصية (الفردية) بعدد من الخصائص الجوهرية:

1ـ دور وأهمية الخطة الفردية:

عند توضيح الجوانب المختلفة لتناسب الفردي والشخصي والعام والتحريري في عمل الصحفي، من الهام النظر إلى القضية من جانب الصحفي، ومن جانب جهاز التحرير على حد سواء. ويمكن النظر في الخطة الفردية للصحفي كمسألة تحرير عامة ومعناها ومكانها في نظام خطة التحرير.

إن تنفيذ الخطط الفردية للصحفيين العاملين في الجرائد يسمح بتنفيذ برامج المطبوعة أو القسم المسجل في الخطة العامة بدقة. إلى جانب هذا تساعد الخطط الفردية على حل تلك المسائل التحريرية الداخلية.

مثل تأمين الاقترانات والتوافقات الضرورية لمختلف الاتجاهات الموضوعية، والتناسب الصحيح بين مواد المؤلفين والمواد الخاصة بجهاز التحرير، والتوزيع و التوزيع المتساوي للإنتاج بين أعضاء الفريق الإبداعي وغير ذلك.

وهكذا، إن خطة العمل الفردية للصحفي عند عضوي بين عناصر خطة التحرير ونظام التخطيط كله لعمل الصحيفة الذي دونه ستتراجع فاعليتها حتما. وإن كل خطط التحرير وصولا إلى الخطة المستقبلية تحدد بصورة قصوى وهذا يعني أنها تقترب كثيرا جدا من مرحلة التنفيذ في الخطط الفردية.

وبما أن يعني أنها الفريق الإبداعي في التحرير هو نظام الصحفيين، وبما أن خطة التحرير تكون بهذا الشكل أو ذلك توحيدا للخطط الصحفية الفردية. فإنها في هذا المعنى تعد التخطيط الفيزيائي والقاعدة الأولية لعمل المطبوعة.

إلا أن هذا الوحيد ليس أبدا نتيجة للجمع الميكانيكي للخطة الفردية للصحفيين، وإنما هو نتيجة لتركيبها الكامل والمعقد والاندماج من نوع خاص الذي سيجري الحديث عنه لاحقا.

إن توافر الخطط الفردية وتنفيذها هو المقدمة الجوهرية لتنفيذ خطط التحرير كلها. وبالنسبة للصحفيين أنفسهم، هو العنصر الأهم في التنظيم العملي للعمل الذي يسمح باستخدام كل الإمكانيات الإبداعية بفاعلية اكبر، ويكشف ويظهر البلوغ (النضوج) الفكري ـــ السياسي والوطني والصفات المهنية الأكثر قوة ويظهرها، وأخيرا، الحسنات الإنسانية الخاصة عند العاملين وعند أعضاء الفريق على حد سواء.

لذلك إن إدخال الخطط الفردية للصحفيين في النظام العام للتخطيط للعمل هو لصالح جهاز التحرير كله ولصالح كل عضو فيه. وإن الخطة المحددة، والمصاغة بدقة تساعد العامل في التحرير بالظهور بكل قوة كصحفي وكشخص من جهة. . وتعطي الإمكانية، من جهة ثانية، لجهاز التحرير ورئاسته لتوضيح مكان كل فرد

في العمل العام ولإظهار طبيعة قدراته، وفصل الأعضاء المبدعين الذين يتمتعون بمعارف كافية فعلا عن العاملين حسب العادة وعن القوالب، وذلك بمهارة حرفية.

2ـ خصائص خطة الصحفي

وضع الخطط الفردية عمل سري وتتولد الصعوبة هنا بسبب الفعل المشترك للعوامل الموضوعية (الأهداف والمهام، مصلحة المطبوعة) والعوامل الذاتية (الميولات الإبداعية الشخصية، أفضليات الصحفي، وطبيعة خصائصه، ونموذج تفكيره و....الخ).((12))

يسعى كل صحفي إلى الكتابة في الصحافة في مجال تلك المواضيع التي يعدها أكثر اهمية وأكثر حيوية.

وإن أدراك أهمية أو حيوية هذا الموضوع او ذاك يمكن أن تتوالد نتيجة الملاحظات والمتابعات الحياتية وتأملات الصحفي، لكنه غالبا ما يأتي من الخارج مع مهمات عمل محددة تأتي من رئيس القسم أو رئاسة التحرير، منابع مثل هذه المهام تكمن في المسائل التي تمثل أمام الجريدة في اللحظة الراهنة. وبما أن هذه المسائل تنعكس، كقاعدة، في خطط التحرير والأقسام، فيجب عدها العوامل الأهم لوضع الخطط الفردية للصحفيين. وسيأتي فيما بعد الحديث عن العلاقات المتبادلة الديالكتيكية والمعقدة بين الخطة الفردية والخطة العامة للتحرير. لكننا الآن نسجل السلسلة الفعلية التي تتشاكل يوم وعدة مرات: المتطلبات الحيوية من الجريدة – خطة التحرير - خطة القسم – خطة الصحفي الفردية.

وإن عناصر الخطة الفردية التي تحددها المهام التابعة من خطة التحرير تشكل، كقاعدة، أساس بنيتها... وهذا أمر حتمي لذلك إن مصير الصحفي يحدد في كثير من جوانبه بالقدر الذي تكون فيه برمجته الإبداعية الداخلية متناسبة مع برامج المطبوعة التي يعمل فيها. وإن تطابق توجه المطبوعة الدورية وجهاز التحرير

والبرنامج الإبداعي للصحفي يحدد عمل الصحفي الفاعل والناضج، وظهور مقالاته الساطعة المستقلة.

وتملي الضرورة الموضوعية: الرئيس يجب أن يقترح، أما العامل فعليه أن يضمن في خطته الشخصية المواضيع لاتي دونها «لا تستطيع الجريدة الصدور» كما يعبرون دائما في أجهزة التحرير. إلا أنه في هذه الأثناء يجب الأهتمام كي "يرى" الصحفي الموضوع حيويا وحياتيا، ويستحق فعلا المعالجة الإبداعية. عند تحديد «الأهمية الحياتية» و«عدم الأهمية الحياتية» للمواضيع ينطلق الصحفي ليس فقط من المقدمات الموضوعية، بل ومن التجربة الذاتية والعلاقة بالواقع.

ويجب التعامل مع هذه الحقيقة بوعي آخذين بالاعتبار العمل اليومي التخطيط له بمهارة. لها يمكن الاعتماد على المادة الجيدة إن كان الصحفي غير مقتنع منذ البداية بأهمية أو حيوية الموضوع؟ ويمكن للمقالة أن تصبح موفقة فقط إن استطاع مؤلفها إدخالها فكرته المقتنع بها إليها. وإن لم يستطع الرئيس إقناع المحرر بالموضوع الخاص بمقالته القادمة، وجعلها نوعا من الاهتمات الشخصية للكاتب، فمن غيرالمحتل أن يتوقع ظهور مادة مفيدة وذات مضمون جيد وممتعة في الجريدة.

إن مضمون الجريدة يبرمج من قبل الوثائق الحكومية الحيوية التي تستجيب لمتطلبات الحياة، السياسية، الاجتماعية، الاقتصادية، الايديو لوجية، وهي التي تحدد بدرجة كبيرة مواضيع المقالات لكل صحفي.

وإن عمله يتطلب منه بالدرجة الأولى تصوير السريع والماهر والحرفي والحزبي للأحداث. وترسم حدود الحقائق الفعلية من جهة، والمتطلبات الخاصة من الجريدة من جهة ثانية تلك الدائرة الوثيقة (الضيقة) التي تتمركز فيها الاهتمامات الأساسية لأكثر قرائها، والتي في حدودها يتطور النشاط الإبداعي للصحفي. وإن إبداع الصحفي هنا ينحصر من حيث الجوهر في دراسة الحياة، وفي جمع المعلومات، وتحليلها ومعالجتها، وإعادة صياغتها، ونقلها إلى جمهور القراء.

إلا أن الممارسة تثبت كل يوم تلك الحقيقة أن الناس الذين يمتلكون المعارف والمهارات والقدرات والعبقرية والإلهام، يستطيعون ممارسة ذلك بنجاح أكثر، لأنهم يعدون المادة بأهلية كافية ويقدمونها كما يجب على صفحة الجريدة.

يجب أن، تساعد خطط عمل الصحفي الفردية على الحفاظ وعلى تطوير قدرات الصحفي الحالية والكامنة. وإن الرئيس الخبير يجب أن يعرف كيف يلحظ ميول الصحفي نحو السير في الطريق الممهد مسبقا الذي يؤدي حتما إلى السطحيات والقوالب في مراحل (فترات) التجريب.

وهذا هام؛ لأن التخصص في مجال المواضيع يحصل على أهمية أكبر وأكبر خلال أسرع ممارسة الصحفيين لعملهم. لكن كلما كان التخصص أعمق نشأت بصورة أسرع مسألة سعة اطلاع الصحفي. إن الصحفي الذي فقد تنوع آرائه ونظرته إلى الحياة وسعة الاطلاع والتخصص وإمكانية عملية الاستجابة وإتقانها لدائرة واسعة من المسائل الهامة اجتماعيا، يفقد الصفات المهنية الأساسية والأهم. وإن الرئيس بعيد النظر يقنع باستخدامه أداة التخطيط الفردي، الصحفي، ويحفزه ليس فقط إلى الولوج بشكل أعمق في قضايا هذا المجال ومشاكله من الحياة التي يكون مسؤولا عن إضاءتها في الجريدة، بل ويدعمه ويدعم اهتمامه المهني بدائرة واسعة بما فيها الكفاية من المسائل.

ويحصل على أهمية كبيرة في هذه الأثناء العلاقة الصحيحة بما يسمى «بالاختيار»- بالهواية – الصحفية التي لا تتطابق والدور الذي خصص له في التحرير ويحصل كثيرا أن يكتب صحفي في قسم الزراعة أخبارا عن السينما أيضا، و المعقب الاقتصادي عن التحف الفنية.

وإن تم ذلك على المستوى الذي يناسب هيئة التحرير، فهناك كل الأسس بعد هذه الهواية ظاهرة إيجابية. ولن تمانع أية هيئة تحرير أي تعليق سينمائي إن كتب

ليس بدلا عن الريبورتاج عن دعم استمرارية عمل المطبوعة الدورية في ،الاتجاهات الضرورية كلها.

ويمكن بمساعدة الخطة الفردية توفير التوافق العقلاني بين العمل الأساسي للصحفي في التحرير وبين التجسيد المقيد للجريدة وله بالذات، لاهتمامه لإبداعي الإضافي. وفي هذا المنحى يفترض إعداد مواد الصحفيين في أطر خطة قسمه وخارج هذه الأطر

فإن الإشغال(الجذب)الفاعل للاهتمام الإبداعي الشخصي للصحفي بمصالح التحرير سوف يكون لصالح الجريدة قبل كل شيء. وعند غياب التخطيط الفردي الدقيق إن اهتمام الصحفي الإبداعي والمهني بالمواضيع يبقى «من الجانب» غير ملبي. فأمام الصحفي تقف دائما مسألة نقص الوقت.

وغالبا ما يكون من الصعب أن تجبر نفسك على الجلوس لكتابة أكثر المواد أهمية ومتعة إن لم تكن تشعر بضرورتها الإنتاجية.

إن الخطة الفردية بالذات التي «تؤكد وثائقيا» اهتمام هيئة التحرير بالعطاء الإبداعي، أو متعدد الجوانب، أو الكامل للصحفي تساعد على تحويل المواد الممكنة والمحتملة إلى مقالات واقعية، فعلية، وعلى تجسيد احتياطات الإبداع الصحفي وأهلية الكاتب.

ما هي إذا حدود الخطة الفردية؟ في الحالات كلها تبقى عنصرا من عناصر خطة التحرير وتغطي هذه الخطة كاملة. وتشكل الجزء الأكبر منها المواد في هذا الموضوع أو ذاك، التابع للعناوين الثابتة التي يشرف عليها الصحفي في قسمه. إلى جانب ذلك يمكن تضمين الخطة المقالات القادمة التي تخرج خارج حدود مواضيع القسم.

وعند غياب التخصص المتشدد للصحفيين في القسم غالبا ما يضمنون الخطة الفردية، إعداد المواد في ذاك الاتجاه الذي يكون زملاء الصحفي مسؤولين عنه إن خطة العمل الفردي (الشخصي) هو مادة لاهتمام الصحفي نفسه ورئيس قسمه.

بما أن ضرورة التنسيق والتدقيق في هذه الخطط قد تنشأ في أطر التحرير كله، فإن التخطيط الفردي يتطلب الاهتمام الدائم من قبل رؤساء التحرير وبالدرجة الأولى من قبل السكرتاريا.

إن خطط ممثلي مختلف الاختصاصات الصحفية الفردية تتميز ببنيتها ومضمونها. فالبنية ومضمونها لدى الصحفي في جهاز التحرير، ومراسل القسم يكون الشيء الرئيسي في الخطة، وكما قيل سابقا، هي المواضيع الداخلة في خطة القسم. وإن قلنا، إن لدى المراسل الخاص إن برنامج العمل يتشكل على أساس مهمات التحرير على نفس المستوى الذي عليه يكون مكونا على مستوى المبادرة الشخصية.

بالطبع، لا يجوز أن تكون الخطة الفردية للصحفي موضعة على أساس القوالب ولا تستطيع أن تكون الخطط متماثلة. فإنها حتما يجب أن تكون مختلفة ليس فقط من حيث الميول والاهتمامات وخصائص طبيعة الصحفي، بل وبالعلاقة بالمكان والمسؤولية التي يشغلها في جهاز التحرير وبالقسم الذي يعمل فيه وبالتخصص الصحفي، وأخيرا، بنموذج الجريدة نفسها ومستواه.

عملية التخطيط لعمل الصحفي:

تعطي قيادة التحرير – في بداية عملية التخطيط للتحرير – الأقسام الثوابت الأساسية التي يجب أخذها بالاعتبار في العمل. وكما سابقا، إن خطة التحرير تتكون على قاعدة خطط الأقسام. وهذه بدورها تشكل كقاعدة انطلاقا من مقترحات كل صحفي. وهذه الاقتراحات تعد معالجات إبداعية لتنفيذ المهام الخاصة بالتحرير التي تقترح على الصحفي بشكلها العام من قبل رئاسة التحرير.

ويمكن القول: إن هذه الاقتراحات تعد إلى درجة كبيرة عناصر الخطط الفردية اللاحقة. وغالبا ما تحول الإرشادات العامة حول المواضيع في خطة التحرير المستقبلية أو في إرشادات رئيس التحرير وتوجيهاته إلى معالجة إبداعية محددة من قبل الصحفي وغالبا مع صفة المقالة والعنوان وشكلها.

وهكذا، فالخطة الشخصية للصحفي يجب أن تكون دائما عنصرا من عناصر خطة التحرير. وفي هذا الضمانة الأساسية لواقعية تطبيق الخطط الفردية وإمكانيتها. ومن جهة ثانية من المهم في خطة التحرير أن تؤخذ بالاعتبار شخصية الصحفي المستقلة واهتماماته الإبداعية.

وإن هذا الأسلوب يضمن الواقعية الأمثل لخطة التحرير وإمكانية تنفيذها ويسعون إلى مثل هذا التوافق بين التخطيط للتحرير والتخطيط الشخصي في جميع هيئات الصحف تقريبا. وعقد في مجلة (جيش العرب) الناطقة باسم الإدارة العامة للجيش والقوات المسلحة اجتماع سريع نوقشت فيه المسائل التالية: الوظيفة «حسب ما يروق »والوظيفة من هيئة التحرير، الموضوع «الخاص» و«الغريب» نقص الوقت وكيف نحاربه، التسلية «ملء الفارغ» هل هذه قضية شخصية؟ خطة شخصية وخطة تحرير.

كيف جمعهما بواحد؟

إن السعي لتنظيم الإبداع الصحفي بالشكل الأفضل يظهر بأشكال أخرى أيضا. يقترح رؤساء التحرير أحيانا على الصحفيين التغلب على الحدود بين الأقسام والكتابة عما يعجبهم أكثر. لكن إن كانت هذه الاقتراحات غير مدعمة تنتهي تقريبا بالفشل، ولا تجد صدى فعليا مجسدا في المواد.

وبالعكس فمثلا سعى الرؤساء في هيئة تحرير جريدة «المسيرة»خلال عدة سنوات نحو جعل بنية الفريق مناسبة لطبيعة ميولهم وقدراتهم، إن كان الصحفي (ل) مثلا قد أظهر اهتماما كبيرا بموضوع القوانين أثناء عمله في قسم التحقيقات

وكتب مواداً ناجحة في هذا الموضوع يكون أساسا كافيا كي تتحول شعبة من شعب التحرير إلى قسم التربية القانونية وعلى رأسه السيد (ل). وإن كان المرسل الخاص(ك) قد أبدى أنه عارف بقضايا الثقافة والحياة، ينقل إلى الجهاز المركزي للجريدة يكلف بقيادة المواضيع المناسبة.

إلا أننا نلاحظ أن هذه الأسلوب في تكوين بنية الفريق الي يستخدم بنجاح في تنظيم الدراسات العلمية لا يمكن استخدامه دائما عند تنظيم النشاط الصحفي، ففي أساسه المصادفة بنوع ما وتطابق الاهتمام الشخصي للصحفي مع حاجات الجريدة الكبيرة. وفي أكثر الحالات لا يحدث مثل هذا التطابق.

إن الحل المقبول للمسألة ينحصر في أن هيئة التحرير تقدم للصحفي فيها الإمكانية الفعلية للكتابة عن كل ما يكون في صلب اهتمام الجريدة، بغض النظر عن القسم الذي يعمل فيه هذا الصحفي. وضمانة أن الفوضى والاختلاط والتشويش لن يعصف بهيئة التحرير أثناء ذلك، تكون في الخطط الواضحة والمدروسة جيدا والفاعلة حقا، أي في الخطط التحريرية العامة والصحفية الفردية وفي اقترانها الإجباري.

كذلك هيهات أن تجد في هيئة التحرير حيث لا وجود لثقافة التخطيط والتي لا يعرف فيها الصحفيون فيها لا يعرفون لنظام التخطيط معنى للحديث عموما عن الخطط الفردية، إن مثل هذه الاقتران مآلها الفشل.

إلا أن خطة التحرير ليست نتيجة الجمع الأوتوماتيكي لخطط الأقسام وللخطط الفردية. بل إنها تتطلب معالجة كافية ووافية، أي المناقشة الجماعية والتحليل إن كل صحفي في هيئة التحرير التي توجد فيها ممارسة مثل هذه المناقشة للخطط يستطيع تقديم اقتراحات متنوعة وإدخالها خلال إعدادها في قسمه وفي غيره. وفي هذه الأثناء إن معنى إحداها يناقش الفكرة المقبلة ى الآخر والثالث. وإن عملية مثل هذا التخطيط تتطلب وقتا ليس قليلا. لكن في هذه الأيام بالذات

يحدث التجميع الحقيقي للطاقة الإبداعية في جهاز التحرير. ومن المهم جدا أن يضع الفريق الموحد الخطة العامة وأن، كل فرد له الحق بإظهار الاهتمام والعناية بالجريدة بشكل عام وبمكانة فيها.

ويحدث في هذه الأثناء ما يشبه الدفاع العلني عن كل موضوع: تدقيقه، تطويره، «وجعله موضوعيا». ويتحقق ربط المساعي الإبداعية للصحفيين بحاجات الجريدة، ويتحقق بشكل طبيعي، مع المشاركة الديموقراطية، للجميع. ويحدث الاهتداء المتبادل على مصالح التحرير الرئيسية ووضع مقاييس تقويم الموضوع حتى تربية الاهتمامات الإبداعية لدى الصحفيين.

وفي هذه المرحلة بالذات من مراحل وضع خطة التحرير تستطيع هذه الخطة أن تصبح بالنسبة للصحفي «اهتمامه الشخصي». بعبارة أخرى، يحدث الاقتران الأفضل والأمثل بين عوامل الخطة الذاتية والموضوعية.

ويمكن أن تكون ممارسة (تجربة) صحفية «تشرين السورية» أحد الأمثلة على كيفية إثراء هذا الأسلوب لخطة التحرير ولصفحات المطبوعات الدورية. فاقتراح أحد الصحفيين فيها افتتاح باب مكرس للمسائل الأخلاقية – التربوية. ويبدا أن لديه برنامجا كاملا لهذا الباب: نشر القصص عن علاقة الناس المتبادلة في العمل والحياة، وعن قضايا التربية، والإرشاد وعن الانضباط في العمل، وعن مكافحة التوجهات، والنظريات الداعية للثراء الفاحش غير المشروع، وغيرها في هذا الباب.

وقد قبل هذا الاقتراح. وبالنتيجة ظهر في خطة التحرير وفيما بعد في الجريدة العنوان «حديث ودي صريح» الذي تنشر تحته عادة في أيام السبت المواد التي تستدعي اهتماما كبيرا عند القراء. وإن صاحب المبادرة بإحداث الباب الجديد ومؤلف يعمل رئيسا لقسم الاقتصاد في جهاز التحرير. وبالنسبة إليه فالمواضيع الأخلاقية «اختيارية». وهكذا، بفضل التخطيط الموضوع بإتقان ساعدت تعددية جوانب الاهتمامات الإبداعية عند الصحفيين على إثراء لوحة الجريدة. وبمبادرة

من صحفي آخر يعمل فيها أدخل إلى خطة التحرير عنوان مكرس للقصص عن المتميزين في العمل الصناعي. والأعضاء الآخرون في فريق التحرير نشيطون جدا في هذا المجال أيضا.

عندما يضع العاملون في هيئة التحرير خططهم الفردية للعمل على أساس خطة التحرير الموضوعية بشكل جماعي، فهناك أساس للأمل بأنها لن تكون شكلية. وإن نظام التخطيط المستقبلي الذي يتضمن مختلف مظاهر المبادرات الإبداعية لكل صحفي يساعد صحفية «تشرين السورية» على تحقيق نجاحاتها. وتثبت التجربة أن الدرجة المعنية من حرية الصحفي في اختيار المواضيع المحددة لخطته الفردية تعطي خطط التحرير كلها الحياة وتساعد على تنفذها.

وإليكم مثالا من تجربة التخطيط في هيئة تحرير أخرى. فبعد التحولات الديمقراطية في العالم المعاصر تقدم العاملون فيها باقتراحات معنية في مجال الدعاية للوثائق و لنتائج الصادرة عن هذه التحولات. وأحد المراسلين قدم طلبا يطلب فيه معالجة الموضوع الآتي:

«عن الطليعي...» هناك الكثير كلام مقدم للمؤتمر عن سياسة الكوادر وعن الأهلية والانضباط وعن حساسية الطليعي، وعن أولئك غير الصادقين في النقد الذاتي وعن ظهور المنافقين والدونيين، وعن أن الكلام الجديد في مجال المواضيع القديمة هي غالبا ما تكون مظاهر الليبرالية بالعلاقة بمن لا ينفذ القرارات السابقة وغير ذلك. أريد أن أتأمل على أساس الأمثلة المحددة كيف يبدو اليوم الطليعي السيئ والطليعي الجيد (بحق).

يمكن التوجه إلى مثل هذا الجنس (النوع) الصحفي الهجين. أسافر مع رئيسي إلى أحد مصانعه (جاء الحديث في أحد التقارير كذلك عن مهام فرعه)، وأنظر هناك إلى القادة من مختلف الدرجات، وأتحدث عن المناخ في الإنتاج وعن قضايا الإدارة ويعلق على ما رأيته في حوار حاد رئيس المصنع مع التعميم. إنه

إنسان يحب النكته وله أفكاره وسرعة بديهة وردة فعل على الكلمة الحربية سوف يكون ممتعا.....((13))

لم يدخل هذا الموضوع في دائرة الأسئلة التي يضيئها القسم الذي يعمل فيه من اقتراح. وكان من الممكن إعطاءه لقسم آخر في جهاز التحرير. لكن كان ذلك قد عنى الاستخفاف أكثر بأثر اهتمام الصحفي الشخصي الذي قام بعمل ليس قليلا في مجال الإعداد لتجسيد الموضوع في مادة. وكان من الممكن، من جهة أخرى، إبقاء الموضوع في القسم الذي ولد فيه. ولكن هيهات أن يساعد مسح الحدود بين الأقسام على الارتفاع بمسؤولية العاملين عن القطاع المكلفين بتغطيته.

وساعد الخطة المستقبلية للتحرير على حل هذه المعضلة بالإضافة إلى قترانها بالخطة الشخصية المحددة للصحفي. وقد أوكل هذا الموضوع للقسم الذي يتناسب معه. لكن صاحب المادة المقبلة في خطة التحرير كان الصحفي الذي اقترحه.

وهكذا أصبحت خطته الشخصية مؤلفة من جزأين: العمل بناء على تكليف قسمه والعمل على مادة للقسم المجاور. ودون أي شك إن الجزء الأول قد ساد في الخطة الشخصية ولو كان العكس لعنى ذلك أن الصحفي لا يقع في مكانه.

وهكذا، بمساعدة الخطة يكون من الممكن ربط الاهتمامات الإبداعية للصحفي مع ومسئوليته عن الإشراف على الاتجاه الموضوعي، أو على عناوين ذلك القسم الذي يعمل فيه بقوة أكبر. وعند الخطة الدقيقة لا تنشأ أية نزاعات داخل جهاز التحرير. ويكون أحيانا على رئاسة التحرير تنظيم العلاقة المتبادلة بين الصحفيين المرتبطين بتنفيذ الخطة الموضوعية بالطريقة التي شرحناها أعلاه. وهكذا، ينشأ سؤال أمام المراسل المذكور هو: هل يبدأ بمعالجة الموضوع «عن الطليعي» أم أنه يسافر بمهمة كلف بها من قبل رئاسة القسم كي يكتب مقالة عن مصير الاختصاصين الشبان؟ لقد أعلمت رئاسة التحرير رئيس القسم أن الجريدة في اللحظة الراهنة مهتمة أكثر بالظهور السريع جدا للمادة على الصفحة الأولى.

تعود الخطط الشخصية لعمل الصحفيين بالفائدة على جهاز التحرير عند الرقابة على تنفيذها من قبل رؤساء الأقسام السكرتاريا ورئيس التحرير.

لكن عند وجود مثل هذا التنظيم للعمل فإن نجاحات فريق التحرير كله يعود بدرجة كبيرة جدا إلى التزام كل صحفي وانضباطه وتنظيمه. عدا ذلك، فإن العمل على قاعدة الخطط الشخصية يعطي الإمكانية للقيادة في التحرير في مساعدة الصحفي في الوقت المناسب ودعمه بالنصائح الأهلية ذات الصلاحية.

القسم الثاني. التخطيط لعمل المراسل الخاص

1ـ المراسل الخاص وخطة التحرير:

إن سلك المراسلين الخاصين هو حلقة هامة حياتيا بالنسبة لفريق التحرير، والتي هي أساس وجود أية جريدة يومية على مستوى الفكري والمهني الإبداعي العالي. إن خصوصية عمل المراسل الخاص هي أنه بتمثيلية هيئة التحرير في الجمهورية والإقليم، والمحافظة، والمنطقة يتمتع باستقلالية معروفة تتطلب الشمولية والسرعة، والصلاحية، والأهلية في نطاق واسع من القضايا، والمواضيع والمسائل.

إن شبكة المراسلين التابعة للصحف القومية - الفرعية والمؤسساتية – تشتمل عمليا البلاد كلها وتغطيها. فمثلا لدى كل من «البعث» و«الثورة» 60 مراسلا خاصا يعملون في أماكنهم. وهناك شبكة مراسلين خاصين في الصحف المركزية الأخرى مثل «نضال الفلاحين» و«الاقتصادية» و«المسيرة» وغيرها. وصحف المناطق أيضا لديها مراسلها الخاصين بها.

إن خصائص وضع المراسل الخاص (وضع عامل في جهاز التحرير وفي الوقت نفسه، يمثله في مكان وجوده) تملي ضرورة أخذ خصوصية المنطقة بعين الاعتبار وكذلك خصوصية منطقة الخدمة وضرورة عكسها من خلال مؤشر الأهداف والمهام التحريرية العامة. وبالطبع، حتى على أعلى مستويات المهارة الحرفية للمراسل الخاص لا تستثني ضرورة أسلوب التخطيط في تنظيم عمله.

بالعكس، إن الممارسة تشهد بصورة مقنعة: كلما كانت القدرة الإبداعية الكامنة لدى الصحفي أعلى، كان هذا الأسلوب أكثر فاعلية، وكانت هذه القدرة الكامنة مثمرة أكثر.

أما غياب الانضباط المخطط المتشدد فيؤدي إلى إضعاف الدافع الإبداعي وتنعكس في عمل المراسل الخاص حتما تأثيرات عامل المصادفة.

المراسل الخاص هو، كقاعدة، صحفي رفيع المستوى من الأهلية ، لذلك عليه صياغة المضمون الرئيس لخطة نشاطه. وإن عملية التحضير لمعالجة الخطة تعد البداية التنظيمية والمرحلة الأولى للانتقاء الهادف من السيل اليومي للوقائع والأحداث والقضايا. ووضع المراسل الخاص برامج أعماله انطلاقا من الأهداف والإمكانيات الحقيقية الخاصة به وبالجريدة معتمدا على المعرفة الدقيقة والتفصيلية لدائرة المسائل التي تلفت انتباهه.

وبخلاف الصحفي في القسم في التحرير فإن المراسل الخاص يبني خطته، إن صح القول، حسب نظام مغاير بعض الشيء من الإحداثيات. أولا، إنه أكثر حيوية في انتقاء المواضيع، لكنه يرتبط بقوة أكبر بمنطقته التي يخدم فيها. وثانيا، أن المراسل الخاص أكثر حرية من حيث الوقت، لأنه يعمل باستقلالية. وثالثا، في عمله على الخطة هناك إمكانيات أكثر للبحث عن المواضيع «المحاذية» لقضايا قسم أو عدد من أقسام التحرير.

و انطلاقا من هذه العوامل المتناقضة إن المراسل الخاص يخطط لعمله. وبصراحة إنه كالبناء يبدأ ببناء العمارة فقط عندما تكون قد وضعت إثباتات المشروع الاقتصادية – التكنولوجية، وقد جرت الأعمال الاستكشافية التفصيلية، و«ربط» المشروع بالمكان وبخطوط المواصلات والاتصالات وإلخ. وإن اقتراح المراسل الخاص المادة (الموضوع) يكون دون مثل هذه الدراسة الدقيقة، (فالبناء)

يبني عادة على عجل و... بدءا من السطح، وليس من القواعد. وبالنتيجة يبدو موضوع الخطة غير صالح ومفتعلا.

وإن الخطة الطلب تعد أكثر أشكال التخطيط لعمل المراسل الخاص انتشارا. ففيها يسمي الصحفي مواضيع مقالاته المقترحة، ويحدد مواعيد التنفيذ. لكن التخطيط في هذه الأثناء يتمتع بطبيعة «معاكسة». فقبل أن يدخل المواضيع في الخطة – الطلب -- المقرة والمصدقة من قبل هيئة التحرير تدخل في الأبواب المناسبة من خطة التحرير وتكتسب الصفة القانونية.

إن وجود «العلاقة العكسية» المؤثرة بين جهاز التحرير ونوابه ومعاونيه، أما الصحفيون العاملون في جهاز التحرير فيقدمون الاستشارات للمراسلين الخاصين وينسقون بحثهم. وتحدد في مثل هذا التواصل الإبداعي الوثيق الاتجاهات الأساسية لعمل المراسل الخاص.

وتتمتع الاجتماعات السنوية للمراسلين الخاصين بأهمية كبيرة في هيئات تحرير الصحف الكبرى، حيث تدرس في هذه الاجتماعات وتعمم تجربة التخطيط لعملهم.

وتقدم الأحداث والحملات الصحفية الكبرى مساعدة كبيرة للمراسلين الخاصين. والمثال على هذا النوع من التخطيط الاستراتيجي لنشاط المراسلين هو جولة «تشرين» في أنحاء البلاد جميعها للكشف عن حاجات إنتاج السلع الاستهلاكية. وتشن هذه الحملة وغيرها من الحملات حسب خطة خاصة معدة من قبل قسم التحقيقات بمشاركة المراسلين الخاصين. وفي هذه الحالة إن هذا الموضوع -- بالنسبة لأولئك منهج اللذين قدموا أنفسهم، وأثبتوا جدارتهم في إضاءة المسائل الاقتصادية أصبح الموضوع الأهم لفترة طويلة، وأعفت هيئة التحرير لدرجة محددة بعضهم من مهامهم الموكلة إليهم في الأقسام الأخرى. واستطاع قسم

الصناعة والمراسلين الخاصون إلقاء الضوء من خلال صفحات الجريدة على القضايا الحكومية العامة الهامة، وتحليل هذه القضايا على أعلى المستويات المهنية

وفي مثل هذا التواصل العملي الوثيق تكمن ضخامة الجو الإبداعي الحقيقي في فريق التحرير. ما هو إذا النظام الأمثل للتخطيط لعمل الو مراسل الخاص؟ في العديد من الصحف المركزية وصحف الجمهوريات والأقاليم والمناطق أصبحت الخطة المستقبلية لعمل المراسل الخاص لمدة ثلاثة أشهر (الربعية) الشكل الأساسي لهذا التخطيط. وتصل الخطط – الطلباتمن المراسلين الخاصين لكل من «البعث» و«تشرين» و«الثورة» إلى قسم شبكة المراسلين المحليين وتنقل إلى أقسام الفروع، ومنها تعاد إلى المراسلين الخاصين مع الملاحظات والاقتراحات والإضافات.

بعد تأكيد وإقرار تنفيذ خطط المراسلين الخاصين بالتوازي من قبل أقسام الفروع وقسم شبكة المراسلين والسكريتاريا. وهناك نظام مماثل للتخطيط يعمل في جريدة «نضال الفلاحين» والاقتصادية» و«الثورة» وغيرها.

2ـ بنية خطة المراسل الخاص ومضمونها

إليكم الخطة – الطلب لمراسل «الأهرام» الخاص الموجود في الصعيد للربع الثاني من 2004 وبالتفصيل:

قسم البناء الوطني:

بناء على طلب راعي هيئة التحرير (مماثل وتجربة تنظيم الخدمة العامة لمربي المواشي في المراعي) رئيس اللجنة التنفيذية لمجلس الشعب في مدينة دمشق. الديمقراطية في التنفيذ. محافظة الصعيد رئيس مجلس السوفيت الأعلى في جمهورية مصر العربية. الصعود والبلوغ (التربية الوطنية في جماعة العمل)، عامل التعدين، عضو مجلس الشعب الشورى في جمهورية مصر العربية.

قسم الصناعة:

مقرون بالرئيس (الجو المصغر للإبداع في الجماعة).

إيجاد الإيقاع («تتابع السباق العمالي «في الصناعة النسيجية في الجمهورية).

خدمة «الأعرام» الإحصائية (عن بناء رياض الأطفال والحاضنات).

قسم الزراعة:

مزرعة احتياطية (ماذا يعطي استخدام كل احتياطات زيادة الإنتاج من اللحم للاقتصاد).

القضية موفقة عندما يتبناها الجميع (عن تطوير العلاقات الاقتصادية والفاعلية العليا لاقتصادات تربية المواشي المشتركة بين المزارع).

قسم العلم والتكنولوجيا:

ضربة التعدين (عن تصحيح التكنولوجيا الجديدة وعن القضايا المرتبطة باستخدامها عمليا).

قسم الأدب والفن:

شعر الشاشة (عن الاكتشاف الشعري للعصر في الفن السنمائي العربي) فنان الشعب في جمهورية مصر العربية.

قسم المدارس والدراسات العليا:

من سيبقى في القرية؟ (عن إعداد التلاميذ في الريف للعمل في الزراعة).أ. عليه أن يكون مواطنا (عن التربية الوطنية لعمال المستقبل).

كما تثبت التجربة أنه يجب الاعتراف بأن التخطيط الربعي هو الأكثر نفعا بالنسبة لعمل المراسل الخاص، وهو الذي يقرن اهتمامات الجريدة المستعجلة والمستقبلية على أفضل وجه. وإن أجهزة التحرير التي اختارت

التخطيط قصير الأمد والسريع كشكل أساسي، تحد بذلك من المتسع الاستراتيجي للمراسل الخاص.

وإن تحديد العمل الأمثل للمراسل له أهميته أيضا في الممارسة الصحفية ما هو الأفضل - إعداده للحد الأدنى أو الأقصى من المقالات للفترة المخطط لها؟ عند حل المسألة حسب مبدأ «أكثر يعني أفضل» إن عدد المقالات نادرا ما يضمن نوعيتها العالية.

وبالنتيجة تحدث ضحالة المواد (المنتوجات). والجريدة تستطيع خلال مدة معينة نشر عدد محدد فقط من المواد، وعند وصولها المستعجل يحدث الاختيار ليس فقط حسب المقاييس النوعية، بل وحسب المقاييس الكمية.

لا يحددون في بعض الصحف الكمية اللازمة لمواد الكتاب المنظمة التي على المراسل نقلها إلى أقسام خلال فترة معينة. وأحيانا لا تحدد النسبة بين المواد المنظمة والخاصة.

تذهب الجريدة أحيانا في سبيل البحث عن «الحل الوسط» إلى أن توصل عددا من المواد الإجبارية في خطة المراسل الخاص إلى حدها الأدنى. لكن هذا لا يشجعه اهتمام الصحفي الإبداعي المستقر والعالي. وبالنتيجة تبدو «حقيبة» هيئة التحرير ناقصة من المواد الحيوية والملحة.

إنهم في هيئة تحرير جريدة «الأهرام» بعد أن جربوا مختلف أشكال التخطيط لعمل المراسل الصحفي توصلوا إلى استنتاج مفاده: أن الأفضل والأمثل هو اقتران التخطيط الربعي بالتخطيط بعيد الأمد (لعام كامل) ففي خطة عمل المراسل الخاص الربعية المؤلفة من ست إلى ثماني مقالات أساسية يدخل موضوع - موضوعان كبيران «مهمان»، «جوهريان»، يعكسان المسائل الناشئة «على حدود» المصالح المؤسساتية الإقليمية، أو الظواهر الهامة المعقدة، والتوجهات الهامة لتطوير الحياة الاجتماعية والاقتصادية والأخلاق. تتطلب هذه المواضيع من الصحفي

الحزبي التأمل العميق والدراسة المتأنية والشاملة والدقيقة. وتظهر في هذا العمل بصورة أكثر وضوحا شخصية الصحفي الأبداعية، نضوجه الوطني و مبدئيته. ويستعد المراسل الخاص للتخطيط لمثل هذا الموضوع «المهم» مسبقا وعند اقتراب زمن إدخاله في خطته الشخصية يكون قد جمع مواد فعلية كثيرة تسمح بالإشارة إلى الأستنتاجات الأولية، وبتكوين وجهة نظره الخاصة حيال المسألة المدروسة.

إن هذا العمل هو كذلك تحقيق القدرة المكلسة وفي الوقت نفسه نظرة إلى المستقبل إن المواد التحليلية الكثيرة والحيوية من المواقع الوطنية والحكومية والاجتماعية تضمن من قبل ذلك الشكل لتنظيم الجهد الصحفي، مثل تركيب التخطيط الفرعي والإقليمي لعمل المراسلين الخاصين.

وفي هذه الغضون لا تؤخذ بالاعتبار خصوصية المنطقة التي يخدمها الصحفي وموضوعها فحسب، بل والمجاورة، أو مثلا العلاقات الاقتصادية بين الفروع وداخلها. إن مثل هذا النوع من الخطوط الإقليمية المركبة يسمح لهيئة التحرير التنسيق بشكل أفضل بين أهم المقالات الصحفية.

وتعد أهمية القضايا التي تطرحها الجريدة وحيويتها الشرط الأساسي عند تحقيق مثل هذه الخطة الواسعة. ويمكن تنفيذها عند استخدام القوى الصحفية الكبيرة. ويسمح توحيد جهود بعض المراسلين الخاصين في هذه الحالة، وكذلك

أقسام التحرير بالمعالجة الأكثر عمقا وكمالية لأكثر المسائل تعقيدا وسعة. وباعتبار هذا يتم تشكيل فريق إبداع لإضاءة مثل هذه المواضيع «العابرة » و «الموصلة». وبخاصة عمل عدد من فرق المراسلين لكل من «الأهرام» و «الجمهورية» و«الاخبار» في مختلف أنحاء البلاد.

والمراسلين الخاصون لـ (الأهرام) في بعض مدن البلاد يدرسون مسألة تطوير فروع الصناعة، وعلاقتها بفروع الإنتاج والاستخراج. ومنذ سنوات تشرف فرق الإبداع التابعة لهذه الجريدة على باب «الانطلاقة العمالية» المدعو إلى التحليل

والتعميم والدعاية لتجربة تنظيم المباراة الإبداعية بين المتجاوزين في مجال التنفيذ قبل الموعد للمهام على أساس المساعدة الرفاقية والدعم المتبادلين.

وكمثال على هذا التخطيط «العابر »، و«الموصل» و«الرائد» لتغطية المسائل المشتركة إليكم تجربة «الأهرام» التي نظمت رحلة دعائية جوية وأقامتها (القاهرة، الاسكندرية، أسوان) ووضعت في أساس خطة التحرير العامة توجيهات هيئة التحرير ونصائحها.

وقام بهذا العمل الأقسام كلها والمراسلين الخاصون كلهم للجريدة الذين يخدمون هذه المنطقة الشاسعة. وضمت الخطة المواد الدعائية والتحقيقية والمواضيعية التي تتحدث عن مختلف جوانب استغلال «استخدام موارد الإسكندرية وأسوان: مقالات الشخصيات الوطنية والعلماء والعمال والخبراء في مختلف فروع الاقتصاد الوطني وممثلي الثقافة والتعليم الوطني والصحة والأدباء والصحفيين الأجانب والكتاب الاجتماعيين والمراسلين الخاصين للصحيفة. وشارك مراسلو الجريدة مشاركة نشطة جدا في معالجة أكثر مواضيع الخطة، وكان من نصيبهم العمل الكبير في مجال الإعداد والتنظيم في الأمكنة.

ونظمت الرحلة الدعائية أيضا بهدف القيام بعمل تحريضي – جماهيري: فألقيت المحاضرات، وأقيمت الندوات، واللقاءات وألقيت الكلمات أمام كبريات جماعات العاملين في مجال الإنتاج. وشارك في هذا العمل إلى جانب الصحفيين والسينمائيين الوثائقيين، وممثلي شركة مصر العربية للطيران، المحاضرون وممثلو المنظمات الإبداعية من القاهرة، والرياضيون المشهورون. وخلال هذه الجولة أعدت ونشرت مواد عن الكيفية التي تنفذ بها إرشادات هيئة التحرير، وعن تحقيق الخطة الجديدة وعن النضال في سبيل التنفيذ الفعلي لمشاريع الخطط التنموية الراهنة.

ولقد ساعدت هذه الحملة الصحفية على جلب انتباه ملايين القارء وفرق العمل في الشركات الصناعية، ومؤسسات البحث العلمي، والمؤسسات الخاصة بوضع المشاريع والتصاميم لحل مسائل الاستغلال الشامل والكامل لثروات الشمال المصري والجنوبي. وإلى جانب القدرة الدعائية في هذه الرحلة الدعائية التحريضية. وإن فاعلية مثل هذه الأشكال لمشاركة الصحيفة النشطة في المسائل الملحة كلها غير خاضعة للنقاش، والنتيجة النهائية لقد ضمنت التأملية العميقة والاستهداف الواضح والمهارة في تنفيذ ما خطط له أصالة القرارات المتخذة بعد نشر مقالاتها.

نظام التخطيط:

إن المواضيع والاساليب – الرئيسية «العاجلة» تعد محور الخطط العامة في التحرير، ومحور خطط المراسلين ايضا، إلا أن هذا لا يجب أن يستثني إمكانية تغيير الموضوع في الخطة أو تعميقه وتطويره.

فالأمثلة كثيرة جدا في الممارسة الصحفية عندما لا تضعف مثل هذه التغيرات من الجودة، بل على العكس، تحسن مضمون عدد المطبوعة ومحتواها وأهمية موادها، وإن إتقان عملية الانتقال السريع إلى موضوع جديد، وأحيانا إلى موضع غير متوقع على الأطلاق، الأستجابة بدقة للحدث وفي الوقت دون الأبتعاد بالطبع، عن مهام الخطة، كل هذا صفة مهنية ثمينة من صفات الصحفي. وغالبا ما تلعب اللقاءات غير المنتظرة والوثيقة الهامة والمصير البارز وأحيانا الاعلان البارز دورا مهما في عمل المراسل الصحفي وتؤثر تأثيرا مباشرا على خططه.

« الصدفة السعيدة »وكأنها تكتب هي بالذات وتجد الصحفي الذي يبحث والمستعد لرؤيتها في خضم الحياة الأعتيادي والمبتذل. وفي مثل هذه الحالات تتم متابعة الشرعية بدقة، وتخضع للتنبؤ. مثلا أحد المراسلين الخاصين لجريدة «السفير» وجد موضوعا ممتعا ورآه من نافذة شقته الواقعة في الطابق الرابع عشر. كان يقف

إلى جوار منزل المراسل بيت منفرد قديم جدا. غالبا ما كانت تجلس إلى جانبه وبالقرب من أشجار البتولا امرأة عجوز تنظر إلى شط البحر بتمعن وتأمل وذات مرة لم ير الصحفي اشجار البتولا في ساحة المنزل. وظهر بعد ثلاثة اسابيع كراج ومن ثم سيارة أيضا وفي ذلك اليوم بالذات أحتفلوا بالبيعة.

لكن صاحبة البيت لم تشارك في هذه الحفلة، وجلست طيلة الأمسية وحيدة بالقرب من الاشجار المقطوعة كل واحدة على حدة. وفي الصباح كان المراسل الصحفي قد عرف أن هذه المرأة أرملة كابتن أستشهد في عام 1982 في الحرب. وكان زوجها قد غرس هذه الاشجار والتي كبرتها. اما أبنها فقد قطع دون رحمة الاشجار الغالية على قلب أمه لأنه كان بحاجة إلى مكان لبناء كراج لسيارته. لقد عاش حب الام وأخلاصها وعقلها السليم ولامبالاة الابن تحت سقف واحد. وهكذا ظهر في خطة المراسل الصحفي موضوع للتحقيق بعنوان أشجار البتولا.

إن مثل هذه الحالات ليست نادرتا في الممارسة الصحفية وتشهد بقناعة أنه لا يجوز تجاهل عامل «المصادفة السعيدة»، والأصح أمكانية البحث الحر عن الموضوع في التخطيط لعمل أي صحفي وبخاصة المراسل الصحفي.

ويجب أن يأخذ بعين الاعتبار أيضا تخصص المراسل الخاص أن مثل هذا التخصص يشجع من قبل هيئة التحرير كقاعدة وحتى الاستعراض البسيط لخطة عمل المراسل الخاص يمكن أن يعطينا تصورا عن خصوصية المنطقة الذي يخدمها، وعن اهتمامه بدائرة معينة من المواضيع.

في بعض الحالات لا يستطيع المراسل الخاص البحث مسألة ما على مستوى عال، عندئذ لابد له من طلب المساعدة من الخبير ومن كاتب خارج الملاك وإن العمل مع كادر المؤلفين واحد من واجبات المراسل الأساسية ويجد انعكاسا متمما في خطته. ويمكن الحكم على سعة وأفاق المقالات التي يخطط لها المراسل الصحفي

وأهميتها ومتعتها بناء على عدد تركيب واستمرارية الكادر الصحفي في مكتب المراسلين

وإن القدرة على إيجاد المؤلف وتضمين عمله (إنتاجه في خطة العمل تعود في كثير من جوانبها إلى سعة اطلاع الصحفي على تلك المسائل التي يفترض أو يتوقع الحديث عنها. عدا ذلك، على المراسل الصحفي إعداد المؤلف من خارج الكادر بصيغة معينة للعمل على: مساعدته على الوقائع والأدبيات وتحديد الهدف الرئيسي للمقالة، وصياغة الاستنتاجات الأساسية معا إلى آخره. وهذا عمل شاق جدا دون شك ومسؤول بنفس الوقت، لكنه يعد شرفا صحفيا.

وتشكل تجربة العمل مع الكتاب من خارج الملاك من قبل أقدم مراسلي جريدة «الأهرام» أهمية كبيرة في هذا المجال. فقبل أن الخطة – الطلب – للربع التالي من السنة كان يدرس خطط عمل لجان الإدارة المحلية في المدن والمناطق واللجان التنفيذية في المناطق وفي المدن، ويقابل أو يتواصل بواسطة الهاتف مع رؤساء أكبر المصانع وخبرائها والشركات وإدارات الاقتصاد الزراعي. وخلال هذا العمل التحضيري تظهر المواضيع الممكنة للمقالات وتدرس وتناقش. هذا التخطيط مع الترميم.

يبدأ الاستعداد للعمل في الربع الجديد من السنة من حيث المبدأ في الشهر الأول الجاري. يجمع الصحفي بالتدريج في مصنف المادة لمقالاته القادمة، وفي الوقت ذاته ينتقي الكتاب المنفلين. وبعد أن تصبح مواضيع المقالات متفقا عليها مع أقسام التحرير يبلغ كل كاتب، بأنه اقتراح مقبول وموافق عليه، ويشار إلى المواعيد الواقعية والمحددة للتنفيذ. وإن المراسل يصوغ المهمة ذاتها على شكل برنامج للمقالات والأخبار والتحقيقات المقبلة. وتصاغ هنا على صفحتين أو ثلاث صفحات على شكل مواضيع، المسائل التي لابد من إلقاء الضوء عليها، ويشار إلى أية منها يتطلب المادة الفعلية وكيف سيتم بناء المقالة؟ وإلخ، ويقدم هذا

المخطط للكاتب. إن مثل هذا النظام يسمح للمراسل الخاص بتنظيم الكتاب من خارج الملاك وبزيادة هذا الملاك وتوسيعه على الدوام مع الحفاظ في الوقت نفسه على التواصل مع أولئك الذين أثبتوا جدارتهم في الجريدة وتطورهم.

لا يكفي لكي يكون عمل المراسل الصحفي ناجحا أن يمارس قضايا الاقتصاد والحياة الثقافية فقط، أن يكون على علم بالأحداث الهامة التي تشكل أهمية بالنسبة للجريدة. فإن معرفة طبيعة جماهير القراء وخصائصهم تعد شرطا مهما من شروط الفاعلية العالية لعمله وجهده.

وبعبارة أخرى، على الصحفي عندما يخطط لإنتاجه أن يسترشد مسبقا، ويتوجه إلى فريق معين من القراء، أو يبحث عن المواضيع التي تقلق مصالح جماهير القراء وتمسهم. وبدون دراسة هذا الجمهور ومتطلباته وحاجاته من المستحيل التخطيط لعمل المراسل الخاص بشكل صحيح وبفاعلية عالية. وأشار الأستاذ إبراهيم نافع غير مرة إلى أهمية الدراسة المنتظمة والمعمقة لهذه المسائل. وأشار بخاصة في «الموضوعات عن الدعاية الإنتاجية» إلى أن على الجريدة أن تخصص مكانا مهما خلال عملها لـ «تبادل الآراء الواسعة والصحيحة مع القراء....»

ولقد قامت «البعث» و«الثورة» و«تشرين» وغيرها من الصحف الأخرى بمساعدة شبكة مراسليها بالدراسات الاجتماعية المفيدة والممتعة لجمهور القراء التي أعطت مادة غنية للتحليل، والتعميم لتجربة الجريدة، ولخط التوجهات الأساسية لنشاط هيئات التحرير، وبالطبع، للتخطيط الجاري لعمل المراسلين الخاصين. وتجربة مهمة لجريدة «الأهرام» في مجال دراسة الرأي العام. تقود الجريدة خلال عدة سنوات «مجلس قراء كبير» بالمراسلة. وإن جذب القراء إلى مناقشة مواضيع يعد الصفة المميزة لهذا الاجتماع الاجتماعي العام الفريد من نوعه. إن هذا النوع من دراسة رأي القراء واستخدامه يساعد هيئة التحرير، وجهاز التحرير كله على رؤية

عمله من الجانب الآخر، بأعين قراء الجريدة، وعلى العثور في الوقت ذاته على المواضيع الجديدة والعناوين الضرورية في اقتراحاتهم وملاحظاتهم وتمنياتهم.

وتدرس مواد «مجلس القراء الكبير» بدقة وعناية من قبل المجموعة الخاصة من الصحفيين في جهاز التحرير التي تنشر نتائج عملها وتعد مواد فعلية للدراسة ودليلا فريدا من نوعه للصحفيين عند انتقاء المواضيع ووضع الخطط تحل مسائل التنسيق الاستراتيجي والتكتيكي لنشاط المراسلين الخاصين بدرجة معرفة كذلك في اجتماعات التحرير العامة وفي اجتماعات المنطقة للصحفيين الذين يمثلون الجريدة في تلك. ويضاف خلال هذه الاجتماعات الخطط المستقبلية والجارية ومواضيع جديدة، وتجري تبادل الخبرات والتجارب، وتعطي تقريرا متعدد الجوانب لجهودهم. إن هذه الاجتماعات مدرسة للمهارة المهنية ومختبر إبداعي تتوالد فيه العديد من بدايات الجريدة القيمة.

التخطيط في الممارسة الصحفية شكل لم يتجمد وهو ثابت مرة وللأبد. فهنا يجري البحث الإبداعي المستمر، وبهذه المناسبة تكون حيوية وملحة جدا الكلمات التي قالها: د. حسن لكاوي «إن النشاط الإداري وفي مقدمته النشاط التخطيطي يجب أن يهدف إلى تحقيق نتائج اقتصادية قصوى. إن هذا الأسلوب يصبح ملحا بشكل خاص بناء على نمو الاقتصاد وتعقيداته، وعندما تصبح هذه النتائج النهائية عائدة أكثر فأكثر للعديد من الحلقات الوسيطة وللنظام المعقد للملاقات داخل الفروع الاقتصادية وبينها. في مثل هذه الظروف من السهل إغفال الرئيس، والنتائج النهائية القصوى في السياق من أجل تحقيق النتائج المرحلية التي لا تحل المسألة وحدها. إن هذه الموضوعة لها علاقة مباشرة جدا بالممارسة الصحفية أيضا وفي حالتنا هذه، بعمل المراسل الخاص.

إن فريق عمل التحرير هو الذي يحل المسائل التي طرحتها هيئة التحرير أمام الجريدة ولا يستطيع الاعتماد على النجاح دون التواصل العملي الوثيق بالأجهزة

الحزبية والسوفيتية المحلية. إن هذا يحدد في كثير من الجوانب خصائص التخطيط لنشاط المراسلين الخاصين. إن الإطلاع الأقصى ومتعدد الجوانب للمراسل الخاص على التوجهات الأساسية لعمل الحكومية والأهلية، واطلاعه على حالة الأمور في المنطقة التي تغطيها يعد شرطا لواقعية خطة عمله.

تظهر فاعلية التخطيط لعمل المراسل الصحفي الخاص للجريدة وتأثيره وهدفه بشكل تام خلال فترة إضاءة الأحداث السياسية الأهم وسيرها وفي تنظيم الحملات الصحفية الكبرى وإقامتها.

فالاستعداد للذكرى الخمسين للاستقلال، والمناقشة الشعبية العامة لخطط التنمية وغيرها من الحملات الجماهيرية تطلبت من كل صحفي جهدا كبيرا جدا مستوى وأعلى من المهنية والحرفية. ولقد أظهرت قدرة هيئة التحرير كلها – من صحفي الأقسام والمراسلين الخاصين على العمل بسرعة مع التركيز على الرئيسية في حياة البلاد والاستجابة للأحداث بحيوية وإبداع.

وتشهد مناقشة مسألة عمل هيئات التحرير «في الصحف القومية» من قبل الجهات المسؤولة أهمية كبيرة كم هذا الأسلوب مهم في الظروف الراهنة؟ وقد أعطي دور كامل وشامل لدور المطبوعة في الدعاية وتحقيق سياسة الدولة على الواقع من خلال الكلمة الموجهة إلى التحسين اللاحق لتعميم تجربة عمل المجالس ونوابها ونشرها.

الفصل السادس

خصائص خطط الجرائد من أنواع مختلفة



الفصل السادس

خصائص خطط الجرائد من أنواع مختلفة

القسم الأول - التخطيط في الجريدة المهنية _ الفرعية

وظائف الصحافة «العملية»:

تمتلك الصحافة العربية شبكة متفرعة من المطبوعات المتخصصة والمهنية- الفرعية. ومن بينها عدد كبير من الصحف المركزية والعديد من آلاف الجرائد متعددة النسخ. وهذا يعد الآن لأكبر منصة في العالم للقضايا الاجتماعية والاقتصادية، المنصة التي تسمح بالمشاركة بفاعلية عالية في إدارة المصالح الجماعية للناس. وقبل النظر في مبادئ التخطيط التي تكونت في الصحف المتخصصة والمهنية - الفرعية، نصف خصائص المطبوعات (الإصدارات) من هذا النوع، ودورها، ووظائفها، وتشرح النظام الذي تشغله في نظام وسائل الإعلام الجماهيري والدعاية.

أولا، إن المطبوعات المهنية – الفرعية بتركيزها على نشر المواد المتخصصة التي لها أهمية كبيرة بالنسبة لبعض فئات المجتمع بشكل أساسي تفتح بذلك مجالا واسعا أمام الصحف من النوع الآخر، أو الأنواع الأخرى لنشر المواد ذات الطابع العام.

وثانيا، أن الصحافة «العملية» تسعى إلى توجيه أخبارها في مجرى محدد للغاية، وذلك يعود إلى المجال الذي تتخصص به هذه الجريدة أو تلك.

وثالثا وأخيرا إن المطبوعات المتخصصة تحدث الرابط بين المجتمع كله والفئات المهنية ـــ الفرعية الداخلة فيه، التي تحل مسائلها الاجتماعية الاقتصادية المحددة.

تجد في الإرث العلمي الماثل عن الصحافة الإجابة على السؤال: ما هي المتطلبات التي يجب أن تستجيب لها الجريدة التي تعد المواضيع المتخصصة جوهرها ؟كتب زاسورسكي مشيرا إلى برنامج إصدار لسان حال خاص للدعاية الإنتاجية: «الجريدة الإنتاجية يجب أن تكون شهيرة من حيث وصولها إلى الملايين، لكنها لا يجب على الإطلاق أن تقع في المبالغة في الشهرة. وأن لا تنحدر إلى مستوى القارئ غير المتطور، وإنما عليها زيادة تطوره باستمرار وبالتدرج الحذر جدا أن تخصص مكانا صغيرا، نحو الربع ليس أكثر، للسياسة. والمكان الرئيسي للخطة الاقتصادية الموحدة وللدعاية الإنتاجية ولتعليم العمال والفلاحين الإدارة، ومراقبة التنفيذ الفعلي للقوانين والإجراءات التي تقوم بها المؤسسات الوطنية والاقتصادات، وللتبادل الواسع والصحيح للآراء مع القارئ – العادي. إن لوحة الوظائف متعددة الجوانب كلها موجودة في هذه الفقرة. التي لتنفيذها والقيام بها. تدعى جماعات التحرير في الصحف المهنية – الفرعية لإخضاع كل نشاطها. ونصوغ الموضوعات الأساسية للتخطيط في الصحف الفرعية

(صحف الفروع الاقتصادية).

1- إن سعي هيئات التحرير إلى التنسيق التام قدر الإمكان بين مضمون الجريدة وبين مضمون الخطط والأهداف، وحجم المسائل التي تسترشد بها الوزارات والمؤسسات واللجان الأهلية للنقابات – ناشرو الصحف وهكذا، إن المطبوعات المهنية ـــ الفرعية تركز جهودها على الاتجاهات المحددة لسياسة الدولة.

2- إن خطط التحرير تعتمد في كل أقسامها على مصالح جماهير القراء الخاصة ومطالبها وحاجاتها. لكن أية جريدة لا يوجد لديها مثل القارئ الموحد اجتماعيا، كما لدى الجرائد المهنية الفرعية. فلأجل تسهيل مهام هيئة التحرير: والساعة والتناسب مع هذا التخطيط لعملها. وهنا بالذات يمر مجال

المجابهة لتخصيص الصحافة « العملية» لكن من جهة ثانية، تتوسع بصورة كبيرة لتقاس دائرة المهام الصحفية، ذلك لأن علاقات الفئات المهنية – الفرعية في المجتمع العكسية والمباشرة معقدة ومتنوعة (جمهور القراء) مع المجتمع نفسه.

3 إن التخطيط في المطبوعات المهنية الفرعية تحدد أيضا بواسطة الصفة التنظيمية – البنيوية لكل منها، بما في ذلك دورية صدور الصحف. لدينا صحف فروع تصدر يوميا وثلاث مرات في الأسبوع ومرتين في الأسبوع ومرة واحدة أسبوعيا.

وبالطريقة نفسها تنظم الصحف الفرعية، فما هي إذا خصائص التخطيط فيها ؟ تتميز هذه الفئة من الصحف بالتوحيد المعين في مضمون التخطيط لأنها جميعها لديها الوظائف نفسها. وبنفس الوقت إن خططها تختلف في الشكل التنظيمي – البنيوي الفريد. عن بعض الصحف تبني عملها على أساس الخطة المستقبلية المخصصة لنصف عام، مع درجة كبيرة من التفصيل وتحديد المواضيع والاتجاهات الموضوعية، لكن دون الإشارة إلى زمن نشر كل مقالة مخطط لها. وصحف أخرى لديها خطة مستقبلية لنصف عام وخطة عما لربع سنة.

وهيئة تحرير صحيفة «بعض الصحف» تعمل حسب الخطة السنوية، وحسب برنامج عمل لربع عام يشمل التخطيط للمقالات الأساسية. وبعض الصحف لديها فقط خطة ربعية موضوعية. وفي بعض الجرائد توجد خطة تحرير عامة للخطوط الأساسية لربع عام وبرنامج عمل ربعي للأقسام. وفي غضون ذلك إن بعض الصحف تشير في خططها إلى الشهر الذي سينشر فيه المواد، وبعضها الآخر منها ما تشير إلى الأشهر، ومنها ما لا يشير إلى أية مواعيد للنشر. وتختلف جوهريا خطط صحف الفروع كذلك من حيث بنيتها. فإحدى هيئات التحرير تفضل الرسم التخطيطي التالي: قسم المواضيع، العناوين الثابتة، المواضيع المحددة. والخطة العامة للتحرير في صحف أخرى إن هي توحيد خطط الأقسام، أي بنيته حسب

الرسم التخطيطي التالي قسم التحرير – قسم المواضيع - العناوين الثابتة – المواد المحددة. وإن النقص الجوهري في الخطة ينحصر في أنها عندما تحدد التوجهات الأساسية للعمل في الأقسام تطمس الخطوط الأساسية للجريدة عموما ولا تشير إليها.

ويظهر تجربة أكثر هيئات التحرير أن التخطيط في أطر أقسام التحرير يبدو غير كاف للمعالجة الفاعلة لكل تنوع الاتجاهات الموضوعية للجريدة. وإن استخدام الأسلوب الشامل فقط هو الذي يرفع مستوى التخطيط. وهذا مهم بالنسبة للمطبوعات المهنية - الفرعية بشكل خاص.

فإن خصوصيتها تترك أثرا على أية شعبة في التحرير. وكل منها، عندما تحل مسائلها المحددة تركز في الوقت ذاته على الوظائف الخصوصية العامة التي تميز هذه أو تلك من الجرائد المهنية الفرعية. وإن الروابط بين الأقسام التي تقع في أساسها التوجيهات الموضوعية تكون عما هي عليه في جريدة من أي أنموذج آخر. وهذا يفترض الاهتمام الخاص بمعالجة نظام التخطيط التحريري العام والشامل، الذي يضمن التوافق الأمثل بين أعمال كل أقسام التحرير في مجال الإشراف إلى التوجهات المواضيعية الأساسية. عدا ذلك، إن هذا التوافق بين الخطط يجب أن يؤخذ بالاعتبار على جميع المستويات، وليس فقط على مستوى علاقة الأقسام ببعضها، بل معلى مستوى الأقسام والسكريتاريا، وهيئة التحرير وتوجيهات الأجهزة الاقتصادية.

حسب رأينا إن الشكل التالي من التخطيط هو الأنسب بالنسبة للصحف الفرعية وبخاصة غير اليومية: الخطة المستقبلية العامة للتحرير لمدة نصف عام، وأحيانا لعام كامل، وخطط المواضيع للأقسام لربع سنة (مع درجات متنوعة من التفصيل وذلك بالعلاقة بدورية صدور الجريدة)، والخطة الأسبوعية حسب خطط طلبات الأقسام   خطة العدد. وإضافة إلى ذلك   أنواع مساعدة من التخطيط:

خطط الحملات الصحفية، خطط الصفحات الكاملة، خطط المقالات الرئيسية في الجريدة الخ.

بين العوامل التي تحدد وجه الجريدة والتي تؤخذ بالاعتبار أثناء التخطيط تتمتع بأهمية ليست قليلة حاجات الجمهور، واختلاف الاهتمامات الذاتية عند القراء ومتطلباتهم الروحية. ومن عام إلى عام إن الاشتراك المتنامي بالصحف المهنية- الفرعية (الاشتراك في بعضها تضاعف مرتين خلال السنوات العشر الأخيرة)يشهد على أن تواصلها مع الجماهير يتعزز بشكل ملحوظ، وإن الصحف الفرعية القراء الخاصة واهتماماتهم.

إلا أن مشكلة زيادة الاهتمام بكل منها تكاد تبقى كما كانت في السابق المشكلة الأكثر إلحاحا. وإن طرق حلها كثيرة. وإحدى هذه الطرق ضرورة إعادة النظر بالانتقال من المقالات في مرحلة التخطيط ولو تلك المقالات الهامة، لكنها المؤسساتية الضيقة التي تتطلب التصرف السريع اتخاذ القرار والإجراءات إلى المقالات المنظمة قضايا ومسائل ذات أهمية اجتماعية، وإلى المقالات ذات التأثير المديد التي تتمتع بصدى تربوي ودعائي واسع يحفز الفكرة ويجذب إلى جمهور القراء الكبير إلى التأمل. وهنا نصل إلى المسألة التي تعد أساسية في التخطيط للصحف المهنية- الفرعية. ما الحصص التي يجب أن توزع بين المواد المتخصصة، والمواد العامة الشاملة.

2. مستوى التخصص والشمولية:

إن المشكلة الاكثر صعوبة في خطط الصحف الفرعية هي التوافق الكمي والنوعي الأمثل بين أبواب المواضيع والعناوين الثابتة والمواد التي لها أهمية تخصصية ضيقة (بالطبع دائرة ضيقة من القراء) وبين الابواب المعتمدة على جمهور واسع من القراء، أي أن الحديث يدور هنا حول مستويات التخصص والشمولية لكل مطبوعة فرعية.

ومعلوم ان كل وسائل الاعلام الجماهيري والدعاية يتوجب عليها التعاون الوثيق والعمل المشترك من جهة، وعلى كل آلة في فرقة الجريدة ان تعزف قطعتها الموسيقية من جهة ثانية. وبعبارة أخرى: إن كل صحيفة لها مواضيعها وقضاياها التي في حدودها تؤثر بأكبر قدر من الأهلية والإقناع على القارئ. وإن دائرة هذه القضايا تعود إلى الوجه الشخصي المتكون الذي خصص لها. إلى مهامها، وتوجهاتها الموضوعية، جمهور القراء والخصائص التصنيفية.

إن التخصص في العمل الصحفي شكل من أشكال التوزيع العام للعمل الصحفي الذي يتم التعبير عنه في تفرد بعض الاجهزة الصحفية التي تتوجه إلى دائرة محددة جدا وتكوينها من القضايا. وينحصر تخصص الجريدة في تعزيز النوع الموضوعي الواحد للمقالات، الأمر الذي يؤخذ به بشكل خاص في خطط التحرير، ويفترض الإعداد المناسب للصحفيين توزيع الكادر الصحفي. ويتميز مستوى التخصص بالوزن النوعي للمقالات والمناسبة لها وفي الحجم الكلي للجريدة.

بخلاف الصحف الفرعية إن الصحف المركزية كلها التي تعتمد على القارئ الجماهيري تسعى إلى تكوين برنامج لمواضيعها وقضاياها الخاصة. اما في الصحف الفرعية المركزية حيث مستوى التخصص عال بما فيه الكفاية، وفي الأخرى عال جدا، تجري عملية النظام العكسي.

فتشق المواد التي كسبت القارئ الجماهيري إلى صفحاتها طريقها أكثر فأكثر. وهذه العملية طبيعية: لقد ازداد نشاط المواطنين العرب الاجتماعي -

السياسي كثيرا بغض النظر عن انتماءاتهم، وتوسعت كثيرا دائرة اهتماماتهم ومتطلباتهم ومن هنا تبدأ التغيرات في علاقة التخصص والعام في المطبوعات الفرعية. فعن السعي وراء الكثافة في المعلومات في مجال المسائل المختلفة

الاجتماعية، والاقتصادية - الإنتاجية، والحياة الفكرية أصبح مطلبا ملحا للقراء ولهذه الصحف.

وإن التخصص بعده نتيجة للثورة العلمية التقنية وكذلك الشمولية لم تعدا عمليتين متقابلتين بصورة متضادة. فوظائف مجالات الحياة الاجتماعية الاتين محبوكة بشكل وثيق مما يتيح الفرصة لاقتران الشمولية بالتخصص الذي يتفرع أكثر فأكثر بشكل صحيح. فإن هاتين العمليتين المترابطتين واللتين تغنيان بعضهما البعض تظهر بفعالية في نشوء الصحف المهنية – الفرعية.

وتشكل في الصحف المتخصصة أساس الخطط بشكل رئيس تلك المواد التي يمكن قراءتها على صفحاتها فقط. وتقيم هذه الصحف احتكاراتها على التوجهات ذات المواضيع والقضايا المحددة، وتعالج بإقناع بشكل جذري بمبدئي هذه القضايا ملبية بذلك متطلبات جماهير القراء الخاصة. ومن يوم إلى يوم توجه القارئ إلى مجال محدد جدا من مجالات الحياة الاجتماعية الدائمة والثابتة فيه لتعميق حرفيته.

لكن الصحافة المهنية – الفرعية لا تتوقف عند هذا ولا تستطيع التوقف عنده لأن الضرر ملحوظ منذ زمن بعيد للتخصص المفرط فيطلب من الشخص العامل في أي مجال من العمل إن كان طبيبا أو خراط، عامل بناء أو برمجة، عامل مرفا او معلم مدرسة، إعداد نفسه إعداد متعدد الجوانب لذلك إن الصحافة العملية يجب أن تعد إحدى مهامها الأكثر إلى مهمة تزويد القارئ بالمعلومات العامة أيضا، كي يستطيع بأهلية عالية حل المسائل التخصصية الضيقة. وأن المشاركة الفاعلة في التربية المهنيين ذوي الاختصاصات غير الضيقة، والأشخاص الذين يتمتعون بأفق واسع يشكلون التوجه الهام في التخطيط لعمل أجهزة الصحافي في أي فرع من الفروع.

وتأخذ خطط الصحف المهنية – الفرعية أحيانا في الاعتبار تغطية دائرة واسعة جدا من المسائل الخاصة التي العديد منها يكون تكنولوجيا ومؤسساتيا ضيقا

بشكل مسرف. عندئذ تشغل المقاولات - التصاميم والتعليمات والمواد- الاستعلامية مكاناً على صفحاتها أكثر فأكثر. وإن مثل هذه الجريدة تستبدل بالصحف من نموذج خاص جداً ذاتها (المنشورات الفرعية ونشرات المؤسسات وغيرها). ولفتت صحيفة "البعث" النظر إلى ذلك في حينه، وكتبت مشيرة في مقالتها الافتتاحية إلى أنه حتى الآن ما تزال تلبية طلبات القراء ضعيفة في بعض هذه الصحف قائلة "لا يتسنى لكل الفرق الصحفية – التغلب على النواقص التي تميز الصحافة الفرعية (صحافة الفروع): غالباً ما تكون موادها "تقنية" مسرفة، وخالية من التهييج الصحفي ومن الجاذبية، ولا نرى خلف المؤشرات والحسابات الأحياء من الناس". وتتابع قائلة: إن الجريدة ليست نشرة مؤسساتية. إنها قوية بقدرتها على جمع الفكرة الجماعية وخبرة العاملين المرهفة بالانتباه إلى الجديد والتقدمي في صفحاتها. . .".

يجب على الجريدة التابعة لهذا الفرع أو ذاك أو لهذه الفئة المهنية أو تلك تضييق حقل عملها حتى الحدود القصوى، واختيار الموضوع الأكثر أهمية، والمحدد بالنسبة لمجال مواضيعها الاجتماعية الاقتصادية وتركيز قوتها الأساسية عليه. ويسمح هذا بتحرير الحصة الكبرى من المساحة في الجريدة لنشر المواد ذات الطابع العام المخصصة للقارئ الجماهيري. وهنا بالذات ينكشف عن الاحتياطي الأهم للزيادة اللاحقة للأهمية الاجتماعية لكل مطبوعة من المطبوعات المهنية – الفرعية.

وسارت على هذا الطريق الصحف كلها مثل "تشرين" و"الثورة" و"الموقف الأدبي" و"صحف أخرى". وبالرغم من ان المواضيع المهنية الفرعية فيها لم تفقد دورها السابق، لكنها تراجعت مع ذلك إلى الدرجة الثانية تاركة مكانها الرئيسي للمقالات ذات الأهمية العامة. إن البحث عن الاقتران الأمثل بين المستوى التخصصي والمستوى الشمولي في الصحف متعددة الأشكال. نتوجه مثلا إلى تجربة صحفية "نضال العمال"– لسان حال اتحاد نقابات عمال سورية.

لقد ظهرت في هيئة التحرير هذه منذ مدة قصيرة شعب جديد: أقسام التربية الوطنية والحياة الدولية، الثقافة، حماية العمل، الضمان الاجتماعي والمعيشة. وحدثت إعادة بناء محددة كذلك في عدد من الأقسام الأخرى، وبخاصة، في أقسام الحياة النقابية، والعلوم والمؤسسات التعليمية، والأخبار، والرياضة، والرسائل. وحددت هيئة التحرير بدقة ووضوح نظام النشر، نشر تلك الصفحات المكاملة والانتقاءات المكرسة والمخصصة للقارئ الجماهيري مثل الصفحة العلمية - التقنية الشهيرة "زاوية الاتجاه" ونادي قضايا الشباب والصفحات الأدبية وصفحات الفن والأخبار القصيرة "الثقافة والحياة" والإصدارات الرياضية. وتجدد كثيرا الرصيد من العناوين الثابتة والأبواب المواضيعية في الجريدة، بل أضيف إليه.

إن كل هذا أدخل تعديلات ملحوظة إلى خطط التحرير العامة وإلى محتوى الجريدة بشكل عام. إن الجريدة بنشرها موادا لها صيت اجتماعي واسع تعزز كثيرا وتغني بها المقالات المتخصصة لشعبها الرائدة مثل أقسام التربية الوطنية التي موادها تكرس بشكل رئيسي للمختصين، ولمنظمي الإنتاج والثقافة. عدا ذلك، تربي الجريدة بنشرها المواد ذات الطابع المهم العام والشامل لدى كل مواطن وعامل في هذا القطاع الذي يمثل إحدى فئات المجتمع الفرعية - الإنتاجية، الشعور الوطني بالوحدة مع الشعب العربي كله والشعور بالمشاركة بالقضية الاجتماعية العامة، ولا تسمح لهم بالانطلاق في المجال ضيق للاهتمامات المهنية.

إن الإنسان وعمله والإنسان وتنوع عالمه الروحي يجذب إليه الاهتمام المتزايد من قبل الصحفيين العاملين في الصحف المتخصصة. وإن مقالاتها تكرس لأكثر قضايا الصحف ذات التقاليد الكبيرة الهامة مثل"الأهرام" "الحياة" "النهار" مثالا جيدا على ذلك. ولقد وجدت لنفسها مكانا دائما في خطط التحرير العامة لهذه الصحف في عشرات الأبواب والعناوين الثابتة والموجهة إلى دائرة واسعة من القراء.

وكتبت الأهرام: إن الصحف الفرعية تعمل في مجرى التقاليد الوطنية للصحافة المصرية وهذا يفرض عليها أن تكون منصة جماهيرية ديمقراطية حقا حيث يجري الحديث بصراحة وميلتية عن نجاحات العاملين في فروع الاقتصاد وعما يقلقهم. . . ولدى الصحف الفرعية وجود إنتاجية متنوعة، لكن وراء كل واحد من هذه الوجوه تشعر بالصفات السياسية الاجتماعية لمجتمعنا، - بحيوية المضمون – المبدئية، في إدراك كل معايير المسؤولية أمام القراء.

إن هذه الموضوعات تتمتع بأهمية مستقبلية بالنسبة للمطبوعات المهنية – الفرعية كلها. وإن الجانب المتنوع للمواضيع الاقتصادية والإيدلوجية ومسائل تربية الكادحين الفكرية والأخلاقية وتكون العقيدة الوطنية - القومية لديهم يفتح أمامهم المجال واسعا للعمل. وإن مهمة صحفييها تكمن في إظهار: كيف تتحسن أفضل صفات الإنسان العربي لتطوير الروح الوطنية والجماعية والوعي السياسي، وتحقيق قضية أن تصبح العلاقة الوطنية المسؤولة بالعمل معيارا لسلوك كل واحد. إن الصحافة المهنية – الفرعية أدوات دعاية وتحريض وتنظيم جماعية للجماهير في الصحافة العربية كلها.

القسم الثاني – التخطيط في المناطق والمدن

صحف المدن والمناطق فريق من اكبر فرق الصحافة في كثير من البلدان العربية، ففي عام 2003 صدرت حوالي 300صحيفة منطقة، و657 صحيفة مدنية، وإن عددها مستمر بالزيادة. وتتزايد شعبيتها التي تفسر في كثير من جوانبها بخصائصها. فإن الإضاءة متعددة الجانب – للوقائع والحقائق والأحداث الجارية في حدود منطقة غير كبيرة نسبيا منطقة إدارية او مدينة هي المهمة الماثلة أمام صحافة المناطق والمدن.

التغطية الواسعة لحياة المناطق الثقافية والاقتصادية او المساعدة على تطوير نشاط الناس السياسي والإنتاجي، وإظهار أشكال وأساليب مشاركتهم في التطوير

والنهوض بالاقتصاد الوطني. . . على هذا وجهت الدولة الصحفيين المحليين إن صحف المناطق والمدن تصدر بإعداد نسخ غير كبيرة، لا تزيد عادة عن خمسة عشر ألف نسخة إلا قليلا، وغن مقاييسها وحجومها صغيرة. وتصدر المتبع.

وتحدد خصوصية هذه المطبوعات بدورية صدورها المنخفضة:إن صحف المناطق كلها تقريبا وأكثر صحف المدن تصدر ثلاث مرات في الأسبوع. وبعض صحف المدن الكبرى وما تسمى بالصحف الموحدة – لسان حال لجان المدن، ولجان المناطق والجمعيات الأهلية تصدلا أربع مرات في الأسبوع فقط.

إن محتوى صحف المناطق والمدن، وطبيعة موادها مشروطة في كثير من جوانبها بشكل جمهور القراء.

وإن أكثر قراء صحيفة المنطقة هم من العمال الزراعيين:والعاملين في مؤسسات الدولة والطبقة المثقفة في الريف، أما جماهير قراء جريدة المدينة فهم من العمال والمهندسين والتكنولوجيين والمستخدمين في المؤسسات المحلية والدراسين وغيرهم. وتصدر هذه الصحف عن فريق تحرير غير كبير مؤلف من 7-10 صحفيين. وخصائص صحف المناطق والمدن كأنموذج للمطبوعة السياسية الجماهيرية تحدد كذلك خصوصية التخطيط لعمل هيئات تحريرها.

أ. نظام الخطط:

لقد تكون في أكثر صحف المدن والمناطق نظام ثابت لخطة التحرير. وإن عناصره هي: الخطة المستقبلية، ومختلف أنواع الخطط الجارية متوسطة المدى والخطط السريعة – الأسبوعية، وخطة العدد الواحد، والخطط الخاصة، والحملات والأعداد الهادفة والموضوعاتية، وفي النهاية، خطط العمل الخاص للعاملين في التحرير إلا أن هذا النظام في التخطيط أنموذجي أيضا بالنسبة لتحرير الصحف المركزية، ويمتاز بخصائص جوهرية لكل عنصر من عناصره. لننظر مثلا،

في التخطيط المستقبلي. يميز الصحافة في المناطق والمدن التوجه نحو زيادة فترة التخطيط المستقبلي.

إن أصبحت الخطة الربعية في هيئات التحرير في أكثر الصحف المركزية والعديد من صحف المناطق والأقاليم النوع الأساسي للتخطيط المستقبلي، فإنه يشمل نصف عام، وأحيانا فترة طويلة في صحف المناطق والمدن. والسبب الأساسي لذلك هو الدورية المنخفضة في صدور الصحف المحلية، وفي حال إصدار12-16 أعددا من الجريدة في الشهر لا تستطيع هيئة تحريرها تلبية الخطة التي تشمل ثلاثة أشهر.

إنها تعليق تطوير الخطوط الأساسية لما ستنشره الجريدة. وإن الخطة نصف السنوية تقدم مثل هذه الإمكانية. وليس مصادفة أن تسعى هيئات تحرير بعض صحف المناطق والمدن في الععوام الأخيرة إلى زيادة اكبر لفترة التخطيط المستقبلي.

فمثلا، إن عددا من هيئات تحرير صحف محلية في جمهورية مصر العربية: وغيرها قد انتقلت إلى وضع خطط سنوية مستقبلية. وإن مثل هذه الخطط تفتح أمام فريق التحرير آفاق عمل لعام كامل، وتسمح بتحديد التوجهات الأساسية لنشاطه، ويكشف عن الخطوط الموضوعية الأساسية للمقالات في الجريدة لهذه الفترة.

تتمتع الخطط نصف السنوية والسنوية بطبيعة توجيهية وتمتلك حجما ليس كبيرا. وتحصل التوجهات الأساسية لمثل هذه الخطة على الحد الأدنى من المعالجة الموضوعاتية فقط.

وإن أساسها تكون عادة عناوين الجريدة الثابتة التي تستمر لفترات طويلة والهامة جدا من حيث مواضيعها. وهكذا إن الخطة السنوية المستقبلية لجريدة الأخبار لسنة 2003 كانت تهدف إلى التغطية متعددة الجوانب لحياة العاملين

وعملهم في المنطقة. وقد صاغوا في مقدمة الخطة الاتجاه الموضوعاتي الرئيس:"رجل العمل هو البطل الرئيسي في صفحات الجرائد".

إن هذا التوجه وضع في الخطة بمساعدة العناوين المواضيعية الثابتة في الجريدة: "دعوة بطل العمل إلى المنافسة"، "لقب العامل يفرض"، "الاحتياطات والباحثون" وغيرها. إن مثل هذه الطبيعة والبنية للخطة المبنية حسب العناوين الثابتة تسمح بضمان تحقيق الهدف، وتوجه فريق التحرير إلى الأساسي في العمل خلال سنة كاملة. عدا ذلك إن النظر في هذه الخطة في هيئة التحرير مرة أو مرتين في العام يسهل عمل القيادة العملية للتحرير، ويعطي لهيئة التحرير إمكانية التركيز على تقديم المساعدة اليومية للجريدة.

كما هي الحال في هيئات التحرير الأخرى إن الخطة المستقبلية تشكل في جريدة المنطقة نقطة انطلاق صحيحة لمعالجة كل أنواع خطط التحرير. وهي تحدد قبل كل شيء في خطط العمل الجارية- الفصلية، لشهرين أو لشهر. وإن مثل هذه الخطط تعد صفة هامة لنظام التخطيط في صحف المناطق والمدن. فإن كانت الخطة المستقبلية الربعية تحدد عادة في الخطط الأسبوعية في الصحف المركزية، فإن مثل هذا الانتقال في هيئات تحرير الصحف الصغيرة غير اليومية يكون مفيدا وإن الانقطاع الزمني كبير للغاية بين الخطة المستقبلية لنصف عام أو لعام وبين خطة الأسبوع. وتبرز الحاجة هنا إلى حلقة وصل في التخطيط للتحرير، تسمح بتوافق المستقبل الكافي لعمل التحرير- على الأقل لشهر واحد، مع تلك الدرجة للتحديد الموضوعي للخطة المستقبلية، والتي تعطي الإمكانية للأقسام لتحضير المو د لصالح عدد معين من الجريدة. ويتم التوصل إلى مثل هذا التوافق في خطط العمل الجارية المخصصة من شهر إلى ثلاثة أشهر.

وبالعلاقة بظروف العمل المعينة وبخصائص اقتصاد المنطقة أو المدنية وجماهير القراء تختار هيئة التحرير هذه او تلك الفترة من التخطيط للعمل. فمثلا، يضعون

في أكثر صحف المناطق في المدينة في منطقة حلوان وعلى أساس الخطط المستقبلية خطط العمل الربعية.

وفي صحف أخرى يفضلون الخطط لشهرين او لشهر. وغن اختيار فترة ثلاثة الأشهر كأساس زمني لمثل هذه الخطة، مشروط في كثير من جوانبه بالسعي إلى إيصالها إلى مستوى التناسب مع الخطة الربعية لعمل هيئة التحرير التي تصدر الجريدة.

وغن مثل هذه الخطة تبنى عادة حسب أقسام التحرير. وخصوصيتها وخصوصية بنيتها بالتحديد هي إدخال خطط الأقسام من خارج الملاك إليها- الدعاية الشبابية- والقانونية وغيرهم الذين يحدثون في العديد من هيئات التحرير المحلية.

ويشيرون في هذه الخطة إلى مواضيع المقالات القادمة، وأيضا إلى جنسها وحجمها التقريبي وحتما زمن (موعد) تقديم المواد إلى السكريتاريا. ويضعون كقاعدة في أساس الخطة العناوين الثابتة الاهم التي يشرف عليها هذا القسم أو ذاك. ويشيرون أيضا إلى شكل تقديم المواد.

ويسمح التخطيط لاجناس المواد الصحفية بالحيلولة دون حدوث خلل في نشرها، ويعطي الوقت الكافي للصحفيين لإعداد المقالات المتعلقة بالأجناس الصحفية المعقدة نسبيا مثل المقالة، المقالة الساخرة، وغيرها، وتعد خطة العمل الجماهيري للتحرير العنصر المساعد في خطة العمل الجارية لصحيفة المنطقة.

فيشيرون فيها إلى مواضيع إجراء اللقاءات وزمنها مع القراء وكادر الكتاب، وزمن القيام بجولات عمل إلى المناطق الزراعية والاجتماعات في الأماكن، واللقاء وراء الطاولة المستديرة وغيرها من الإجراءات والنشاطات الجماهيرية. والعنصر الآخر المساعد للخطة الجارية هو خطة النشاطات داخل التحرير- الاجتماعات القصيرة، وجلسات العمل والندوات الإبداعية وغيرها. واخيرا

تدخل في نظام خطة العمل الجارية كذلك خطط الحملات السياسية التي يجب أن تقوم بها في هذه المرحلة. وتكتسب الخطة الأسبوعية أهمية خاصة في نظام خطة التحرير الخاصة بصحف المناطق والمدن.

ويفسر هذا معاودة دورية عمل التحرير الواضحة جدا. وإن الدورية الأسبوعية المتكررة في إعداد ثلاثة أو أربعة أعداد وإصدارها من الجريدة تتطلب المعالجة الدقيقة للخطط الأسبوعية التفصيلية والمحددة. وكما أظهرت التجربة أن الجدول الشبكي الأسبوعي الذي يستخدم بنجاح في هيئات تحرير العديد من صحف المناطق والمدن يعد الشكل الأمثل لهذا التخطيط. إليكم كمثال الخطة الأسبوعية – الجدول لعناوين صحيفة منطقية وهي الصفحة التالية.

يسمح هذه الشكل للخطة الأسبوعية لرئيس التحرير والسكرتير المسؤول بالحصول على تصور عن مضمون كل عدد، وعن توزيع مواده الأساسية على الصفحات، الامر الذي يعد مقدمة للرقابة الفاعلة على تنفيذ الخطة.

إن العناصر المساعدة للخطة الأسبوعية هي خطة إعداد المقالات الافتتاحية وتقديمها وخطة القيام بالنشاطات الجماهيرية داخل التحرير. وتصوغ وتمد هذه الخطط وتدققها سكرتيريا التحرير.

أيام الأسبوع	الصفحة الأولى	الصفحة الثانية	الصفحة الثالثة	الصفحة الرابعة
يوم الثلاثاء	تعليقاتنا (مقالة افتتاحية) أخبار المنطقة خلف سطر الواجبات. الاحتياطات والعمل الإشارة الحادة	في المنظمات الاجتماعية والمهنية آفاق العلم من الناس الطيبين (أيام عمل النواب) يجيبونها	اعرف أحب منطقتك أخبار المدارس استعراض الرسائل في موضوع الأخلاق عدسة المصور	ملاحظات الراصد الجوي حماية النظام حول المواضيع الدولية زاوية الابتسامة في عالم العجائب تحت الكريستال السحائر الإعلانات

أيام الأسبوع	الصفحة الأولى	الصفحة الثانية	الصفحة الثالثة	الصفحة الرابعة
يوم الخميس	ريبورتاج عن افتتاح العدد بعشرين سطراً خمسة وأربعة القسم الرئيسي في	الحياة الاجتماعية (الاسم لك أيها العامل) اليوم في معاهدنا في مساعدة المقيم	مواطنك يا أيها المسؤول. إسألوا ونحن نجيب استشارة قانونية زاوية	إليك سيدتي الصفحة دون مفاجآت الرياضية من قاعة المحكمة الإعلانات
	الرئيسي في المدن	السياسي منصة الرقابة الشعبية ملاحظات من آخر الرسائل		
يوم السبت	موضوع اليوم انتباه يستمر البناء حرسنا العمالي شاعر، أو معلم سياحي يتنافسان. ملاحظة	بانوراما شاعر (مدار الغليان)	الصفحة الأدبية (المجلة في ضيافتنا) المشاكل بالقرب منا. (يجري الحديث القارئ) مكتب المراسلين يطلعنا على	مقالة السبت الساخرة (المصباح الأخضر) في عالم العجائب اقرأ هذا الكتاب الإعلانات

إن العنصر الاهم والختامي الذي ينتهي به نظام التخطيط للتحرير في صحف المناطق والمدن هو خطة العدد. إنه يحدد خطة الأسبوع ويمتاز بالتفصيل الأقصى.

إن شكل كل عدد من اعداد الأسبوع يكون أساسا لبناء هذه الخطة في الجريدة وفي العديد من الصحف الأخرى، ويحدث التحديد في خطة العدد بالتناسب مع متطلبات النهار، وبالمهام المستعجلة التي تنشأ أمام هيئة التحرير

وإن كل شكل من الأعداد الأسبوعية يحدد الرسم التخطيطي الثابت لتوزيع المواد على الصفحات. وهكذا، تنشر المواد الرسمية المستعجلة على الصفحة الاولى عادة في صحيفة المدينة في منطقة ما، وعلى الصفحة الثانية المقالات والأخبار والملاحظات حول مواضيع الحياة الاجتماعية والصناعة ونشاطات المنظمات الاجتماعية والأهلية، والصفحة الثالثة تخصص لنشر المقالات عن الزراعة والصناعة والثقافة والتربية، وعلى الصفحة الرابعة تنشر الأخبار الرياضية، وموادالصفحة الادبية ومقالة السبت الساخرة والإعلانات. وإن هذا الرسم التخطيطي يميز مع هذه او تلك من التعديلات لاكثر صحف المدن. وإنه يسمح بتثبيت صفحات العدد ووضعها بعهدة أقسام التحرير المناسبة:فتعد الصفحة الثانية عادة اقسام الحياة الحزبية الصناعية، أما الصفحة الثالثة فتعدها أقسام الزراعة ورسائل القراء.

وبالتناسب تكتسب خطة عمل التحرير في الصحف المحلية غير الكبيرة طبيعة شمولية اكثر فأكثر. والتعبير عن ذلك هو استخدام أسلوب التخطيط المبرمج الكامل والهادف. وما ينجزه هو معالجة الجوانب كلها تغطية(إضاءة) أية مشكلة أو أي موضوع، واستخدام أساليب تحقيق الجريدة كلها وأشكالها الاهداف التي وضعتها أمامها.

فمثلا في هيئات التحرير تصنع العديد من صحف المناطق والمدن في بعض البلدان العربية خططا شاملة للدعاية لتحقيق التقدم العلمي والتكنولوجي ولعوامل توحيد الإنتاج العام. وهذه الخطط تشمل فترة الخطة التنموية، الأمر

المشروط بالخطط التنموية لتطوير الاقتصاد الوطني في العالم العربي. وهي مبنية حسب توجهات الجريدة الموضوعية الأساسية.

ويستخدم الأسلوب البرجي الهادف للتخطيط بنجاح كذلك في جرائد كثيرة منطقة. وهكذا، وضعوا هنا خطة عمل للعام2004 شملت سبعة توجهات رئيسية لعمل فريق التحرير. وهي:

1- الدعاية لقرارات الدولة في التنمية المؤتمر الخامس والعشرين للحزب الشيوعي السوفييتي والنضال في سبيل تحقيقها.

2- العمل الرائد هدية للوطن.

3- المنافسة الشعبية العاملة لمشاريع التنمية وتوضيح مواضيع هذه الوثائق التاريخية.

4- زيادة العدد الرائد الطليعي للمؤسسات (المنظمات) الاجتماعية في التربية الوطنية للمواطنين، وفي النضال في سبيل تنفيذ مشاريع التنمية والتحديث والتطوير ومتابعتها.

5- الدعاية لنمط الحياة المدني الحضاري.

6- إضاءة المسائل السياسية والاقتصادية والتربوية الراهنة.

7- الجريدة – المؤلف – القارئ.

إن كل توجه في الخطة يحدده مساعدة جملة من العناوين فمثلا الاتجاه الأول- الباب الأول من الخطة له عناوين:"النهج هو الفاعلية والنوعية"، ((13))

"المسابقة.العلانية، المقارنة، الأكثر" يوميات المسابقة، الكلمة للعامل، "التقدم التكنولوجي في العمل".

ومن ثم يكشف في الخطة عن المضمون الموضوعي لكل عنوان، ويشار إلى النشاطات الاجتماعية الأساسية الضرورية لتحقيقه، تنظيم أقسام خارج الملاك ومكاتب المراسلين العمال وغيرها. وبالتناسب مع هذه الخطة تتم معالجة الشكل الشهري النموذجي للجريدة بشكل جدول شهري مع الإشارة إلى توزيع العناوين حسب الأعداد والصفحات والمسؤولين عن إعداد المواد.

إن الخطة الشاملة والجدول الشهري وأيضا تركيبه ثمانية أقسام خارج الملاك في التحرير وتطبع على شكل ملاحظات للمراسل العامل والفلاح وترسل إلى كوادر الجريدة جميعها.

2. نظام التخطيط:

تجري معالجة الخطط في صحف المناطق والمدن النظام بنفسها الذي يجري العمل في الصحف الأخرى، لكنه يتمتع بعدد من الخصائص الجوهرية. ففي كل مراحله يشارك بنشاط الكادر كله غير الكبير في التحرير، فلا يضع خطط الأقسام ويناقشها فقط بل خطة التحرير العامة، وليس فقط الخطة المستقبلية والربعية والشهرية بل الخطط المستعجلة – الأسبوعية، وخطط الأعداد، وتجري في هيئات تحرير العديد من صحف المناطق والمدن يوميا جلسات قصيرة تناقش فيها خطط الإعداد التالية. وتستخدم هذه الاجتماعات كذلك للإشارة، ووضع الخطوط العريضة للخطوط الأسبوعية.

وإن تجربة إعداد الخطط الأسبوعية في هيئة تحرير جريدة منطقة ما تعد مفيدة جدا.

إن كل صحفي في جهاز تحرير هذه الجريدة يملأ في بداية كل أسبوع ثلاث نسخ من الخطة الطلب لصالح رئيس التحرير والسكرتير المسؤول لنفسه. ويشيرون في الطلب إلى عناوين الطلب التي يخطط الصحفي لإعدادها خلال الأسبوع، ونوعها وحجمها وموعد تقديمها لرئاسة القسم. وخلال اجتماع التحرير يوم الجمعة تجري التعديلات على هذه الطلبات.

ويضع السكرتير المسؤول على أساسا هذه الخطط الطلبات الخاصة، وخطة الأسبوع للتحرير، وجدول تقديم المواد. ويعلق هذا الجدول في اللوحة للاطلاع عليه من قبل الصحفيين كلهم. ويناقشون في الاجتماع تنفيذه. ويحصل التخطيط الشخصي لعمل الصحفيين في صحف المناطق والمدن على اهمية خاصة بسبب ضرورة ما يسمى بإكمال العمل. إن كل صحفي ملزم خلال وقت محدد، ليكن شهرا مثلا، بإعداد الكمية المقرة مسبقا من المواد المنظمة عدا مقالاته الخاصة.

وفي العديد من أجهزة التحرير يحددون العدد الكلي لأسطر النصوص التي على الصحفي تقديمها إلى كل عدد من أعداد الجريدة. إن إكمال العمل (المعالجة) يؤدي إلى الحد من الطبيعة الإبداعية لنشاط الصحفي، - هي العنصر المهم في تنظيم عمل فريق التحرير غير الكبير.

وغالبا ما يكون من المستحيل دونها ضمان الإصدار المتواتر للجريدة. ويشرف رئيس التحرير والسكرتير المسؤول دائما وبشكل يومي على عملية المعالجة ويحددان حجمها المعقول، موفرين بذلك الجو الفبداعي في صفوف جهاز التحرير.

وتؤدي المعالجة النهائية إلى وتيرة عمل متواترة جدا عند الصحفي، وتعطي حيوية خاصة لتنظيم عمله. وتعد الخطط الشخصية والجداول الزمنية لعمل الصحفي- التي يعدونها في بعض هيئات التحرير المحلية- الشكل الفاعل والمؤثر لمثل هذا التنظيم.

فمثلا، إن كل صحفي في هيئة تحرير صحيفة تابعة لمنطقة ما يضع بانتظام خطة عمل شهرية وجدولا زمنيا لعمله. ويشار في الجدول إلى مواعيد أفعال الصحفي الضرورية كلها لإعداد مواده، لقاءات مع الناس للمحادثة وللحصول على الوثائق، وتواريخ ومواعيد مختلف النشاطات تقام في المنطقة. إن مثل هذا الجدول يسمح للصحفي بتنظيم عمله الموجه لتنفيذ خطته الشخصية. ويقدم لرئيس التحرير المعلومات الخاصة عن مكان وجود الصحفي وفي أي مجال يعمل.

الفصل السابع
خصوصية التخطيط في التلفاز



الفصل السابع

خصوصية التخطيط في التلفاز

إن ما قيل عن التخطيط في الصحافة الدورية يرتبط في كثير من جوانبه كذلك بالتخطيط في التلفاز. إلا أن خصوصية التلفاز كوسيلة إعلامية جماهيرية تنعكس بالطبع على التخطيط للبرامج التلفازية. وفي الواقع إنه يتمتع بعدد من الصفات التي تميز التلفاز فقط ناهيك عن المهام والمبادئ العامة للعمل التي توحد التلفاز مع الصحف. وهذه الصفات مشروطة بتأثيره المميز على الجمهور. وتتضح هذه الخصائص مشروطة وبصورة كافية في الأدبيات الخاصة: فهي قبل كل شيء، تتعلق بإمكانيات نقل المعلومات إلى المشاهد ليس بمساعدة الكلام أو النص والكلمة فقط، وإنما بمساعدة الصورة على شاشة التلفاز.

ويتم تحقيق السرعة الفائقة للخبر وعند النقل المباشر للمعلومة من المكان، مكان الحدث، الأمر الذي لا يمكن تحقيقه بالطبع في الجريدة. وتعد إمكانية نقل الخبر التلفازي إلى نقاط البلاد كلها من خصائص التلفاز حيث توجد الشروط التكنولوجية لاستقبال البرامج، وتشمل جماهير كبيرة جدا إن 83٪ من سكان البلاد يستطيعون اليوم مشاهدة البرامج التلفازية وأخيرا، شمولية التلفاز التي لا تقارن

بأية وسيلة إعلامية جماهيرية أخرى يعبر عنها بإمكانية التعميم عن طريق المشاهدة للمنجزات العلمية، وما حققته التكنولوجيا وفنون الأدب والموسيقا والمسرح وغيرها. وهذه الشمولية تعقد عملية التخطيط في التلفاز بالإضافة إلى زيادة أهمية خاصة في حال توافر البث متعدد البرامج.

وتؤثر بقوة على التخطيط صعوبة تركيب البث التلفازي أيضا المتعلقة بزيادة عدد البرامج الموزعة على مختلف التوقيتات في البلاد. ستترك الجوانب التكنولوجية لهذه القضية التي تشكل موضوع دراسة من قبل الاختصاصيين التكنولوجيين جانبا

ونكتفي بالتذكير ببعض المؤثرات، التي من ومنها لا يمكن العمل مثل المسائل المرتبطة بالبرمجة والتخطيط، والتي بهذا الشكل أو ذاك تتصل ببعضها خلال التطور التكنولوجي للتلفاز.

إن القناة الفضائية للتلفاز المركزي تبث براجها إلى أنحاء العالم كلها بفضل نظام الأقمار الصناعية ويجرى البث مدن البلاد جيعها من خلال قناتين ارضيتين. عموما في ثلاث قنوات، وإن الحجم اليومي المتوسط يصل إلى أكثر من 35 ساعة بث. بالموازاة مع زيادة حجم الإرسال، وتطوير شبكة إعادة الإرسال متعدد البرامج تحل مسألة معقدة أخرى وهي تحويل البرامج إلى ملونة، وليس فقط في المركز بل في الأماكن كذلك. وإن كل البرامج الصادرة عن موسكو تعمل على الإرسال الملون.

ودمشق بدورها تستقبل البرامج الملونة من القنوات الفضائية العالمية جميعها والعديد من المناطق الأخرى. ويجري تبادل البرامج على الأشرطة، وبخاصة أشرطة الفيديو حسب القنوات ليس فقط داخل البلاد، بل حسب نظام التلفاز العالمي.

كل هذا يتطلب قرارات صعبة للغاية في ما يسمى بفصل أو توصيل ألقنوات حسب نظام الاستقبال والنقل للبرامج على الهواء أو خارجه. فإن المسائل التكنولوجية والبراجية ترتبط بشدة ببعضها في هذا القطاع من العمل بالذات.

1.البرمجة والتخطيط في التلفاز:

لقد أصبح التلفاز وسيلة جبارة للتأثير الفكري في أكبر عدد من الجماهير، ووسيلة تربية روحية وأخلاقية وجمالية، وعاملا مهما لتكوين الرأي العام، وتنظيم الفراغ الثقافي للملايين. أن كل شيء وأكبر عبقرية وأكثر متعة موجود على الشاشة.

ويخص هذا بث الحفلات الموسيقية من القاعات الموسيقية والريبورتاجات من ملعب البلاد والعالم. وهذا ما يحدد انتقاء المسرحيات التي تصور على أشرطة

لحفظها في أرشيف التلفاز المركزي، وإنتاج العديد من الأفلام التلفازية والمسلسلات وإخراجها. وهذا هو المبدأ الذي يسيرون عليه في انتقاء الإنتاجات الأجنبية التي تعكس منتجزات الثقافة العالمية التقدمية الحضارية.

إن عرض تنوعات أحداث الحياة كلها وغناها على شاشة التلفاز ينظم بوساطة البرمجة-المثبتة علمياء والموضوعة على أساس التجربة العلمية.

وإن البرمجة المثبتة علميا هي قبل كل شيء البرمجة المنظمة فالتنظيم مقدمة من أهم مقدمات التخطيط الناجح للإرسال التلفازي وتنفيذ الخطط الموضوعة. ((14))

إن البرمجة مرتبطة بتحديد توجه البرامج وبنيتها. إن مفهوم 'البرامج' في التلفاز متعدد المعاني، إنه يتمتع بعدد من الأمور الهامة. يقال مثلا عن برنامج 'فرعي' (الأخبار)، ويقصد منه الرابط المتبادل المعقد في هذا البرنامج.

وعند النظر في برامج النقل التلفازي ليوم أو أسبوع، ويقصد منه أيضا الرابط المنتظم للبرامج المختلفة. لكن المفهوم الرئيس للبرامج التلفازية هو قبل كل شيء توجه القناة (قناة الإرسال 9 الأول، الثانية، الفضائية، وإن البرمجة مرتبطة، اولا بتحديد توجه هذه البرامج، ثانيا، بقضايا تزويدها بالعناوين، والدورات في تناسب معين لإرسال مختلف الأنواع والأجناس.

وهكذا إنها تحدد بنية البرامج وتناسبها مع بعضها. فالمخطط البنيوي في التلفاز المركزي للبرامج محدد بشبكات الإرسال. ووضعت في هذه الشبكات حجوم الإرسال الأصلي (الأولي) والمكرر (المعاد) لكل هيئة تحرير، أو دورية العناوين وتوقيتها واستمراريتها، وزمنها على الهواء بالاعتماد على كل أربعة أسابيع وعموما إن الشبكات توضع لمدة ثلاثة عشر من هذه المراحل المؤلفة من أربع أسابيع لكل منها. فإن كان التوجه العام لإرسال كل برنامج من البرامج

الثمانية المركزية محددا مدة عام مقدما، فإن البنية تتغير كل يوم بالعلاقة بالبرامج الناشئة من جديد، وبأفكار التحرير والعناوين الجديدة وغيرها.

كل هذا يتطلب التدقيق في تناسب الأصلي والمكرر من البث ليس فقط في برنامج واحد، بل في البرامج المقترنة به. مثلا، إن التغيرات في البرنامج الأول تؤدي إلى تدقيق الثاني والثالث في بنية البرامج المحلية على مساحة البلاد كلها.

إن هذه العناصر كلها يجب أن تدقق عند حل قضايا البرمجة لعام كامل. تحبك مسائل البرمجة في التلفاز بشكل متين جدا بمسائل التخطيط.

وتعد خطوط العمل المكرسة لفترات مختلفة عناصر نظام التخطيط هنا. وهي الخطط بعيدة المدى لعام كامل، وتحددها بدقة الخطط الشهرية، وبشكل أساسي الخطط الإنتاجية الموضوعة بداية مع التحرير، ومن ثم مع خدمات التكنولوجيا. وأخيرا تنتهي هذه النظم بالخطط الأسبوعية.

وتنشر في الصحافة على شكل برامج أسبوعية للبث التلفازي.

وتعد في التلفاز المركزي كذلك الخطط الموضوعة حسب القضايا يومية مثلا، كانت قد وضعت خطط خاصة لإضاءة قضايا تطوير الريف السوري، ولمناقشة مشاريع التنمية الدستور السوفييتي، ولتغطية أحداث وطنية كبرى.

إن هذه المواضيع كلها تدخل في الخطط السنوية الإجمالية التي يعد عند وضعها تقديم بالتواريخ الخاصة بالمناسبات، حيث تأخذ بالاعتبار الأحداث القادمة كلها. ويوجد مثل هذا التقويم للخطط التنموية.

وهو عبارة عن دليل عند التخطيط للمسلسلات التلفازية التي إنتاجها يكون مخصصا كقاعدة، لمدة ثلاث أو أربع سنوات. إن مواعيد ظهور المسرحيات على الشاشة يمكن أن تكون محددة أيضا بالتناسب مع خطة التنمية.

وفي حال وجود مثل هذه الخطة (الدليل 9 تزول ضرورة الخطط التنموية المعدة بالتفصيل. وتعد الخطة السنوية التي يوضع فيها 30٪ من الزمن الاحتياطي للبث المستعجل والتغطية السريعة للاحداث أساسا لتخطيط الإرسال التلفازي. غن الخطة تشمل السنة بكاملها التي تبدأ من أول كانون الثاني، مع حساب الظروف الجوية لأوقات السنة. فخلال ثلاثة فصول من السنة-الخريف والشتاء والربيع-يبقى توزيع اهتمامات المشاهدين يبقى مستقرا بشكل كاف

وإن الاهتمامات تكون ثابتة تقريبا في الخريف والربيع. وغن أشهر الصيف الثلاثة، هي زمن الراحة المكثفة للكبار والصغار على حد سواء والراحة المتأخرة ليلا. وتأخذ ذلك بالاعتبار برامج التلفاز.

وإن الخطط الشهرية الصيفية تتغير بعض الشيء: ففيها يكثر التكرار، وبخاصة المسلسلات التلفازية، وعرض الافلام السينمائية يخطط له لنقله في وقت متأخر أكثر وغالبا ما يكون بعد نشرة الاخبار الرئيسية والخ.

وتتضمن الخطط التلفازية فقط الإرسال على القناة الأولى وجزء من حجمها وسعتها. وأما القناة الثانية فلها خطتها الخاصة في مجال البرامج التعليمية والعلمية العامة بالتنسيق مع المعاهد الدراسية والمنظمات والمؤسسات.

2.برامج التلفاز المركزي:

مبادئ تكوينها:

تعد بنية القناة الأولى في التلفاز العربي السوري التي يبدأ الغرسال فيها منذ الثامنة صباحا وحتى الحادية عشرة والنصف ليلا وخلال 13,5 ساعة مع راحة ساعتين في أيام العمل لبناء قنوات التلفاز المركزي كلها.

القناة الاولى: إخبارية، سياسية، اجتماعية وفنية وأدبية مدعوة لتنفيذ وظائف التلفاز كلها والقيام بها، غنها تخصص ساعتين إلى ساعتين ونصف الساعة

للصحافة بما فيها نشرات الأخبار نشرة الأخبار، العالم اليوم، نشرة الأخبار الرئيسية، وأيضا تعدنها في ساعات الصباح .

والوقت المتبقي من الإرسال يشكل بالبرامج الدراسية التعليمية، وبرامج الأطفال، وبعرض الافلام والموسيقى والرياضة.

ومجموعة من البرامج المدعوة لتلبية حاجات مختلف الأذواق والاهتمامات ومتطلبات جماهير المشاهدين. إن البرامج التلفازية بخلاف البرنامج الاحتفالي، أو برنامج الحفلة الموسيقية، أو العرض السينمائي الطويل الذي يكون غير مخصص المشاهد نفسه. ومن الصعب تصور الإنسان القادر على البقاء أما التلفاز 13,5 ساعة يوميا.

لذلك إن القناة التفازية تخطط يوميا بشكل يستطيع فيه جمهور معين مشاهدتها في ساعات عددة، ولكي يتم الالتزام بالحصص الضرورية بين البرامج التي تختلف في المضمون والنوع.

يتم تكوين البرنامج (القناة) الاول في أيام العمل من عدة أجزاء. البرامج الصباحية بدءا من 8 حتى 13,30 تتضمن نشرة الأخبار الرئيسية مع إضافة اخبار جديدة عليها، الرياضة الصباحية اليومية، برامج للأطفال ليس قبل المدرسة، ولتلاميذ الفترة الثانية، وأيضا للعاملين في الفترة الثانية.

وبعد فرصة تمتد من ساعتين إلى ثلاث ساعات تبدأ البرامج المخصصة للتلاميذ والصبيان-التعليمية، والعلمية العامة، والشبابية، وحتى تلك التي لها طبيعة موجهة بدقة: حديقتنا، المصمم، المدرسة الأم، مدرسة الشطرنج وغيرها. وتعرض ضمن هذه المجموعة من البرامج في فترة الصيف أفلام سينمائية قديمة ثلاث مرات في الأسبوع وهي سلسلة حياة المشاهير وعرض الأفلام المصورة من الروايات الأدبية وأفلام الأطفال. وإن أفضل الأفلام العربية التي تعكس السنوات العابرة تعرض في يومي السبت والأحد من كل أسبوع مستبدلة بعضها البعض. وتتناوب

بالعرض أيضا أفلام المسلسلات الدائمة: على الشاشة- كوميديا سينمائية تعرض في ساعات النهار والليل على حد سواء.

تبدأ القناة الأولى براجها المسائية من السادسة مساء وبنشرة اخبار حول الأحداث الداخلية والخارجية. وحتى التاسعة والنصف مساء، أي حتى نشرة الأخبار الرئيسية، وهي الساعات المناسبة أكثر لمشاهدة البرامج التلفازية. تبث على الهواء في هذه الفترة الزمنية المخصصة لأكبر شرعية من المشاهدين. وتتضمن برامج قصيرة للأطفال الصغار- مسلسلات اجتماعية- سياسية الإنسان والقانون والمائرة وتعليقات المعلقين السياسيين في التلفاز المركزي في برنامج عالم اليوم. وتعرض أحيانا في الفترة ما بين الساعة السابعة والسابعة والنصف مساء على المشاهدين فترة موسيقية قصيرة. وتتضمن في مختلف أيام الاسبوع حفلات الموسيقا السيمفونية، وعزف أفضل الموسيقيين، وأغاني الرقص والإبداع الشعبي وحفلاتهما وغيرها.

ويبدأ في السابعة والنصف وحتى السابعة إلا ربع البرنامج الفني الذي يتضمن أول عروض المسرحيات، ومسرحيات أفضل المسارح، والأفلام متعددة الحلقات (المسلسلات)، والافلام السينمائية تحت عنوان لأول مرة على شاشة التلفاز ويحتل عرض المسرحيات مكانا اكبر شيئا فشيئا في كل أسبوع.

وأيام العطل يستطيع مشاهدو التلفاز مشاهدة المسرحيات والمسلسلات من أرشيف التلفاز المركزي.

ويجري بث المسابقات الثقافية في الساعات المسائية قبل نشرة الأخبار الرئيسية اما المسابقات الرياضية الدولية وبسبب فارق بالتوقيت المحلي فتبث كقاعدة، بعد نشرة الأخبار. وإن مجموعة البرامج بدءا من التاسعة والنصف حتى الحادية عشرة ليلا مخصصة لمجموعة أكبر من المشاهدين.

والبرنامج الفني الذي يبث في وقت متأخر يتألف من البرامج المعرفية والموسيقية والمسرحية مثل "زاينا" عن مسائل ثقافية" في شوارع العاصمة" "وجوه الأصدقاء" لقاءات مسرحية" وصور الفنانين ولوحاتهم، والمسابقات للشبان- أيتها الفتيات" إنطلاقات مرحة" وغيرها.

وقبيل يوم الراحة الأسبوعية تبث البرامج الموسيقية-الغنائية، "ميلوديا المساء" وحفلات الشبان" مع الاغنية في الحياة" "ميلوديا وإيقاعات الغناء العربي". وفي بداية أو نهاية البرنامج المسائي يعرض لمحبي الرياضة في أغلب الأيام البرنامج الرياضي. وللبرامج في أيام السبت والجمعة خصوصياتها. فإن كان مشاهدو التلفاز يقضون أثناء أيام العمل ساعتين إلى خمس ساعات.

لذلك إن البرامج في أيام الجمعة والسبت تتألف بالأساس من البرامج الممتعة بدرجة واحدة للفئات جميعها من المشاهدين. ويخطط لهذه البرامج بشكل معتدل ومتساو، أكثر واقل، خلال اليوم كله.

ومن بينها-اجوبة الوزراء، ووزراء المؤسسات الحكومية على أسئلة المشاهدين، سلسلة أحاديث حول موضوع دولي للمعلق السياسي في جريدة" البعث" البانوراما الدولية" "سلع جيدة أكثر" الإنسان، الأرض، الكون" الجلي-المستحيل" الصحة"، وفي المساء" البانوراما السينمائية "وبرامج موسيقية كبيرة تبث من قاعة الموسيقا في استديو ومسرحيات لعرض الباليه والموسيقا وغيرها.

وبما أننا في هذه الأيام نشهد جمهورا من الأطفال بشكل خاص فإن البرامج التلفازية لا تتضمن البرامج الخاصة بالأطفال فحسب، بل تلك التي تكون ممتعة ومفيدة للأطفال والكبار معا، والتي تكون مخصصة كقاعدة للمشاهدة العائلية برامج أفلام الكرتون والصور المتحركة، "عالم الحيوان" "نادي الرحلات السينمائية" "أنوار السيرك" "في بيتكم". وتتضمن برامج القناة الأولى أيام الجمعة كذلك برامج حسب العناوين.

ويفسر هذا بأن فئات المشاهدين يمكن أن يكونوا غير مقيدين بعمل ما في هذه الأيام فقط. لذلك تضمن هذه البرامج برامج للعاملين في الشرطة والجيش، وللعمال الزراعيين، والعمال الذين يحتفل بيوم مهنتهم سنويا في هذا أو ذاك من أيام الجمعة.

إن هذه العناوين كلها والدورات البرامجية تشكل في اقتران معين شبكة القناة الأولى في التلفاز المركزي. وأثناء الحملات السياسية الكبيرة وأيام الأعياد، وأثناء مهرجان الفن والمسابقات الرياضية وغيرها. إن البرامج تتغير طبعا على حساب الزمن الاحتياطي المحتفظ به للأحداث المستعجلة.

وإن هذا الزمن الاحتياطي يملأ في الشبكة بالبرامج المعادة، وبصورة أساسية البرامج الفنية والأدبية.

وتجري الإعادة للبرامج التلفازية حسب نظام معين. ويمكن إعادة بث أو البرامج ذات الأشكال الكبرى أو عرضها كالحفلة الختامية لمهرجان الأغنية.

وكقاعدة تكرر هذه البرامج في القناة الأولى في ساعات الإرسال المسائي بعد مضي أسبوع أو أسبوعين على عرضها أول مرة.

وهناك نظام للإعادات الصباحية-المسرحيات، والعروض التلفازية والأفلام التلفازية وغيرها. وتعاد عادة اليوم التالي بعد العرض المسائي.

إن الإعادة في الصباح تختلف بعض الشيء في أيام الاثنين. ففي هذا الوقت يعرضون "نادي الجولات السينمائية" المعروض مساء أو البرامج أيام الجمعة "عالم الحيوان" و"الجلي المستحيل" وأيضا برامج أفلام الكرتون والصور المتحركة لأيام السبت و"أفلام الأطفال".

ومنذ الاول من كانون الثاني عام 1979 وصل إرسال القناة الأولى في التلفاز المركزي إلى أنحاء البلاد جميعها. إن الإرسال حسب القناة الفضائية يجري بمساعدة الأقمار الصناعية للاتصالات.

ويستطيع سكان المدن التي تغطيها القناة مشاهدة الثانية كلها التابعة للتلفاز المركزي التي تنسخ مع تحريك التوقيت ليصبح أقل بساعتين. فالبث يبدأ من دمشق في السادسة صباحا، أو في الثامنة أو التاسعة حسب التوقيت المحلي، وينتهي في الساعة الثالثة مساء حسب توقيت دمشق.

وتعمل القناة الفضائية في مناطق آسيا وأوروبا وأمريكا كما تعمل في دمشق القناة الثانية. إن تطابق مضمون قناتي الفضائية والقناة الثانية يسهل برمجته. وتنشأ الصعوبة عند التخطيط لبرامج البث المباشر التي غالبا ما تعرض على الهواء في ساعات إنهاء قناة الفضائية إرسالها.

إن شبكة الفضائية تعالج مثل هذه الحركة فإن خطط في الفضائية للبث فإن برامجها المؤجلة تعرض في اليوم نفسه بعد ساعتين أو ثلاث ساعات، أو تؤجل لليوم التالي وتبث مسجلة.

إن قضايا البرمجة في القناة الأولى والفضائية يتم حلها بشكل مشابه لحلها في الثانية. إن بنية تلك القنوات الموزعة والمنتشرة في كل دائرة (طوق) توقيتي، قريبة جدا وفي حدها الأقصى من القناة الأولى في التلفاز المركزي.

لكن برامج القناة الأولى الفضائية تسوى يوما بيوم كقاعدة في الفضائيات. إن تشابه البث مع القناة الأولى-أسبوع بأسبوع فالبرامج تنتهي في هذه الفترة المبكرة، الأمر الذي يفرض بث أكثر الاحتفالات الخطابية والكلمات مسجلا. إن القناة الأولى تعمل حتى الواحدة ليلا وأحيانا حتى الثالثة والنصف بعد الظهر، فالقناة الأولى تبدأ بالبث من الثالثة صباحا حتى السادسة مساء أو السادسة والنصف، وتبدأالبث من السادسة صباحا حتى التاسعة أو التاسعة والنصف مساء.

وهكذا إن التلفاز المركزي يبث 24 ساعة. وفي لحظة انتهاء البث بوساطة القنوات الأرضية تبدأ البرامج المسائية في القناة الفضائية التي تستقبل في جزء كبير من الوطن العربي.

القناة الثانية: في التلفاز المركزي مخصصة لسورية، لكنها تنتشر إلى المناطق المجاورة لها. مجال تأثيرها هو 120 إلى 140 كم.

ويشاهدها أكثر من 12 مليون نسمة. وتعمل يوميا من السابعة مساء حتى الحادية عشرة والربع أو الحادية عشرة والنصف ليلا، أي نحو 4,5 ساعة كل يوم.

وتشرف على إرسال القناة الثانية بصورة أساسية هيئة التحريرالرئيسية للبرامج المخصصة، وتساعدها باقي هيئات التحرير في التلفاز المركزي. وتبدأ هذه القناة براجها عدا السبت والأحد التاسعة ليلا فتبث البرامج الدعائية، وتنتهي براجها بنشرة الأخبار.

تمتلك جمهورا كبيرا وهي مشكلة اليوم كقناة رياضية فنية وأدبية. وتحتل المكانة الكبرى فيها عمليات نقل المسابقات الرياضية. ويحتل حجم البث فيها في أيام العمل، كما هو الحال في القناة الأولى، 4,5 ساعة وتبدأ إرسالها في أيام العطل الأسبوعية من الساعة السابعة صباحا، وتنتهي في الساعة الحادية عشر أو الحادية عشر ونصف في هذه الأيام تعرض إعادات للبرامج أيام السبت"بريد الصباح"، "لأجلكم أيها الوالدين"، "الصحة"وغيرها.

ويمكن مشاهدة برامج "عالم الحيوان"، "الجلي المستحيل"، "الجولان السينمائية"، "البانوراما السينمائية" ومسرحيات التلفاز في الإعادة بعد أسبوع من عرضها الأول، وذلك في أيام الجمعة والسبت. إن أيام الأسبوع كلها كانت حتى فترة وجيزة مربوطة بإعادة مختلف البرامج.

فمثلا يعاد أيام الاثنين برامج في خدمة الوطن، وأيام الثلاثاء يعرض برنامج الكشك الموسيقي المعروض في الأسبوع السابق. وحسب خطة خاصة مع انقطاع يستمر سنتين أو ثلاث سنوات تعرض على شاشة الإعادة الأفلام الروائية والتلفازية والسينمائية. لقد أصبحت القناة الفضائية في التلفاز المركزي قناة على مستوى سورية عمليا. فمساعدة الأقمار الصناعية للاتصالات زادت المناطق التوقيتية ساعتين وثلاثلا ساعات.

وفي المستقبل وبمساعدة النسخ الفضائية سوف تشمل هذه القناة أنحاء العالم كلها وهكذا تصبح القناة السورية الكونية. وتحتل القناة التابعة للتلفاز المركزي في بنية إرساله، وهي قناة تبث البرامج العلمية والتعليمية. ويبلغ حجم إرسالها اليومي نحو سبع الساعات، والبث يوميا عدا أيام العطل الأسبوعية.

وخصصت هذه القناة لقادة الرأي والأطباء والطلاب والدراسيين من الشبان. وإن عددا من برامجها يبث خلال الدرس في صفوف المدارس المتوسطة في البلاد. ففي الوقتين (الفترتين) الصباحي والنهاري تعمل القناة الثانية على قنوات القناة الفضائية. وتستقبل برامجها في أكثر من ثلاثين منطقة في البلاد وفي منطقة توقيت: صفر، +1، +2.

وبناء على ذلك ينتهي البث بوساطة هذه القناة. وغن الساعات الصباحية من الإرسال مقدمة للتلاميذ، والساعات المسائية للبالغين الكبار. وإن البرامج المسائية موجهة إلى أولئك الذين يتعلمون اللغة الأجنبية، وللطلاب الذين يدرسون عن طريق التسجيل والمراسلة فقط. ويبدءا من الساعة الثامنة صباحا وحتى التاسعة ليلا ترسل القناة برامجها إلى حيث تبث هنا مسلسلات مخصصة للمعلمين والأطباء، وأفلاما مكرسة للصم والبكم وغير ذلك من برامج.

إن أفضل برامج القناة الثانية وبخاصة العلمية المعرفية يتم تضمينه في المجموعة التعليمية في القناة الأولى. وهي صفحات من التاريخ، من المكتبة، والبرامج الأدبية وفي أيام الجمعة والسبت:وبالطبع إن مشاهدي الفضائية والأرضية يشاهدون هذه البرامج.

إن تطور الوسائل الفضائية لنقل البرامج التلفازية، بما فيها النظام الجديد-بوساطة القمر الصناعي الشاشة يضمن الاستقبال بمساعدة المحطات البسيطة والرخيصة والذي يوفر المقدمات لأحداث الأرسال التلفازي متعدد القنوات في البلاد بشكل عام.

إن اقتران المتطلبات الاجتماعية والإمكانيات الاقتصادية والتكنولوجية التي يمكن أن تكون متوافرة في المستقبل يسمح بتوقع نظام مؤلف من ثلاث قنوات على مستوى سورية-الأولى والثانية والفضائية، يكون في توافق مع القنوات المحلية العربية، وبهذا يمكن أن نصبح شكلا من أشكال الفرسال التلفازي متعدد القنوات.

3.عملية التخطيط:

إن البرمجة والتخطيط في التلفاز المركزي متمركزان في الخدمة الخاصة-إدارة البرامج الرئيسية. وقد أحدثت جماعة برمجة للعمل مع الشبكات والأحجام والأخطاء الإنتاجية الضعيفة في الخطط المستقبلية في قسم التخطيط التابع للإدارة.

وتتضمن هذه الجماعة قسما صغيرا للقيام بالعمل اليومي على البرامج المبثوثة على الهواء، ولانتقاء ما تجب إعادته، وتدخل في مهام هذا القسم عملية إعداد المعلومات الاستعلامية عن البرامج السابقة.

قسم التخطيط مرتبط بالأقسام الأخرى كلها التابعة لإدارة البرامج بوثيقة واحدة شاملة في دفتر حسابات التلفاز المركزي من خلال جواز سفر النقل (الإرسال). إن جواز السفر هذا يبدأ طريقه من أجهزة التحرير ويمر تدريجيا عبر أقسام الإدارة الرئيسية كلها.

وفي قسم التخطيط لا يسجل في البطاقات الخاصة بجهاز التحرير المناسب، بل كإنه يدخل إلى الأجزاء المكونة للبطاقة الموضوعية- حسب الموضوع أو حسب صاحب الموضوع، حسب درجة صلاحية البرنامج- الموضوع لحفظه في الأرشيف المؤقت أو الدائم.

إن الأفضل من البرامج والأفلام والمسرحيات التي حصلت على شهادات إيجابية من قبل مشاهدي التلفاز والصحافة تشكل الأرشيف الذهبي للتلفاز. وينعش بانتظام على شاشة التلفاز من جديد أبطال المسرحيات الشهيرة والأفلام، ويلتقي المشاهدون بالممثلين والكتاب والموسيقيين وغيرهم من الشخصيات المهمة التي شاركت في السابق في البرامج. إن هذا الأرشيف الذي يحفظ في أشرطة السينما وفي أشرطة الفيديو يحتوي على عشرات الآلاف من ساعات المواد التلفازية.

ويعمل على استخدامه أجهزة تحرير رئيسية في التلفاز المركزي والإدارة الرئيسية للبرامج والمؤسسة الخاصة. الغذاعة والتلفاز الحكوميان والتلفاز والإذاعة الأرشيفية التي تصدر دليلا بأنواع هذه المواد وأجناسها. وإن مجموعة إدارة البرامج التي مع الارشيف تستخدم البرامج المخصصة للحفظ طويل الأمد ولإعادة بثها خلال سنوات عديدة أو خلال سنة واحدة.

كيف إذا يتم عمل قسم التخطيط؟ بعد المصادقة على الجدول المتضمن العناوين والمسلسلات البراجية الجديدة ينسق العاملون في القسم الخطة السنوية بالتوافق مع طلبات أجهزة التحرير. وإن كل مقطع من الوقت المفترض حسب العلاقة على الشبكة يجب أن يكون ذا توجه محدد.

وتؤخذ بعين الاعتبار عند وضع الخطط تواريخ التقويم وأنباء الصحافة عن الأحداث القادمة. فمن جهة تملأ مقاطع الوقت كلها في لحظة حتى الأسبوع الخامس من الشهر، ومن جهة ثانية يتم الإبقاء على احتياطي حتى في البرامج

الثابتة. وتحذف من طلبات أجهزة التحرير المواضيع التي تكرر بعضها وكذلك المقدمين والمذيعين وغير ذلك.

أي يحدث تنسيق كامل في الخطة المستقبلية. وإن الخطة تنسيق في الوقت ذاته مع الخدمات التكنولوجية والتخطيطية – المالية. ويناقش خطة كل جهاز تحرير في اجتماع الزمالة في المؤسسة، وبعد هذا فقط توضع الخطة السنوية العامة للتلفاز المركزي التي تصبح قانونا الخدمات كلها في مؤسسة التلفاز.

وقبل شهرين ونصف من ظهور البرامج على الهواء توضع بناء على الخطة السنوية خطة العمل الشهرية. وإن التعديلات التي تطرأ عليها تؤخذ بعين الاعتبار ويتم الالتزام بها وتقوم بهذا العمل مجموعة قسم التخطيط التي تعمل على وضع الخطط الجارية. وكل واحدة منها تطبع حسب الخطة بعيدة الأمد.

وتنتقي من الخبرة البرامج كلها المعلق عليها لشهر واحد، وتوضع حسب نظام معين على الشبكة. ومن ثم ترسل هذه المطبوعات من القسم إلى جهاز التحرير لتدقيقها وتعديلها ومصادقتها. ويكتب جواز سفرها (بطاقتها) الاسم النهائي للبرامج، توقيته وطريقة إنتاجه- شريط سينمائي، شريط فيديو.

وإن تغير موضوع البرنامج يقدم تفسير خطي للأسباب. وبعد جمع بطاقات البرامج كلها لشهر كامل فإن العاملين في المجموعة يصنفونها في جدول يعد مسبقا فيها ويسجلون التغيرات كلها منسقين القضية من جديد، وكذلك الموضوع وغيره. إن الخطة الشهرية المطبوعة والموضوعية في الجدول ترسل إلى خدمات الإنتاج وإلى أقسام التلفاز كلها.

لدى الخدمات الإنتاجية دليل بالعناوين الذي يفترض مواعيد إعداد البرامج بعيدة المدى التي تتطلب أحيانا شهرين أو ثلاثة أشهر للعمل عليها، والشهرية التي عملية إعدادها تكتمل خلال ثلاثين يوما. إن هذه البرامج وتلك يجب أن تكون جاهزة خلال شهر قبل ظهورها على الهواء.

ولا تتضمن هذه البرامج المستعجلة كالبرنامج اليومي البانوراما العالمية. وإن إعداد البرامج المستعجلة يتم من قبل أستديوهات خاصة خلال أسبوع من الإرسال، أي البرنامج الأسبوعي الذي قد نشر في الصحافة.

إن البرامج طويلة الأمد وكذلك البرامج الشهرية تكون تحت رقابة جماعة المحررين الرئيسيين للبرامج التي تستعرض المادة الجاهزة. وإن البرامج التي تمت مراقبتها من قبلهم تضم من قبل قسم التخطيط إلى البرامج الأسبوعية. وهنا إن جماعة المحررين التي قسمت بدورها إلى ست جماعات فرعية تعمل في وقت واحد خلال ستة أسابيع.

وإن الشكل الأول للبرنامج الأسبوعي يكون مماثلا دائما لشكل الأسبوع المخطط له في الخطة الشهرية. لكن تغيرات يمكن أن تحدث خلال العمل مع أجهزة التحرير ومع اقتراب الخروج على الهواء ويجب اخذها بعين الاعتبار لأن ذلك سيساعد جوازات المرور المقدمة للخطة والتي توجد لدى جماعات التخطيط الجاري. ويتم إدخال أشكال تحريك البرنامج كلها ومواعيد ظهور البرامج على الهواء وتوقيته وغير ذلك إليها.

وبناء على مرور البرامج لهذا الأسبوع إلى الخروج على الهواء فإن جماعة المحررين تشمل هذه التحركات كلها. ويقوم تعزيز عام لرئاسة مؤسسة التلفاز يتضمن تعديلات على عملية التخطيط لشهر كامل.

ونتيجة لنظام الحساب (الجرد) تتضمن الخطط بعيدة المدى للإرسال لا يزيد على4إلى 5٪من التعيلات وسطيا، أما الخطط الشهرية حتى 10٪فقط، وغالبا ما تكون بسبب إدخال المواد المستعجلة والعروض الرياضية. وتعمل جماعات قسم التخطيط كلها حسب الجداول الإيضاحية التي تساعد على تنسيق البرنامج وعلى رؤية توصيلات البرنامج غير الموقتة وغيرها.

بداية يتم بالطبع توزيع القناة الأولى، ومن ثم الثانية والفضائية في وقت واحد. وبعد المصادقة النهائية على القناة الأولى فقط يتم توزيع الأولى والثانية. وإن التعديلات كلها على القناة الأولى تجر وراءها وبسرعة تعديلات على الثانية والفضائية. مثال:إن ضرورة إدخال هذا البرنامج السياسي أو ذاك إلى البرنامج المنشور في الصحافة تتطلب نسخ هذا البرنامج لأجل الأولى والثانية في اليوم نفسه. وتعطي بطاقة المرور لمثل هذا البرنامج المستعجل في قسم التوزيع مباشرة. في حين إن البطاقات المرورية المثبتة تصل إلى قسم التوزيع من قسم التخطيط مع البرنامج الأسبوعي المنشور، وهنا توزع البرامج على أيام الأسبوع. بعد الإشارة إلى تاريخ ظهور البرامج على شاشات القنوات كلها وبعد تدقيق توقيت هذا الظهور بالثانية ترسل البطاقات المرورية إلى قسم التخطيط لتسجيلها في السجلات. إن فهرس بطاقات المواضيع يتلقى يوميا البطاقات مع أرقامها.

وأحيانا إن البطاقة نفسها، والأصح البرنامج نفسه يكون موزعا على عدة مواضيع. ويستخدم فهرس البطاقات هذا بعد وضع مختلف الاستعلامات، وبعد تحليل تركيب المشاركين الاجتماعي في البرامج والخ. إنه يقدم المواد الضرورية لخدمة البرامج، ولإعداد الخطة المستقبلية ولإعداد التقارير عن الفترة السابقة. وإن بطاقات الإعادة للبرامج تخدم عملية حساب الإعادات وأرشيف البرامج.

إن جزءا ثالثا من يذهب إلى الأرشيف الدائم للحفظ، وجزءا آخر إلى الارشيف المؤقت وجزءا ثالثا من البرامج يسمى عن الأشرطة- وإن هذه البطاقات تهمل في نهاية العام، والذي يبقى هو البطاقات الموضوعية (المواضيع) والأرشيفية.

ولا يشترك في نظام التخطيط فقط أقسام الإدارة المذكورة أعلاه فحسب. بل قسم المذيعين، وقسم الديكور الفني الذي يمارس أشكال الاحتياطات كلها- الصور والسلايدات، والأشرطة السينمائية وأشرطة الفيديو وإن كان بشكل أقل. وتعمل

هذه الاقسام الخطط طويلة الأمد والخطط الشهرية على حد سواء. ويقسم قسم المذيعين تركيبه حسب البرامج.

وإن الخمس جماعات مذيعي البرامج التي تشكل أكثر القسم تعمل على مختلف البرامج، وهناك مجموعة مستقلة من المذيعين، كمقدمي نشرات الأخبار. وإن توزيع القوى الدقيق يحول دون ظهور المذيع نفسه في البرامج الموازية أو في البرامج المختلفة، لكونها تبث بنفس الوقت. ويمارس قسم الديكور الفني مسائل ديكور البرامج الفنية والموسيقية ويتم تنسيق خطط إرسال مع خطة قسم إعادة العرض الداخلي والخارجي.

ومن مهامه التخطيط للبرامج من مدن البلاد وحسب نظام التلفاز الدولي، وضمان الإرسال على الهواء وعلى غير الهواء على القنوات، وتنسيق القنوات المركزية والمحلية، وضمان البث المستعجل وبخاصة الدولي وغيره على القنوات. بالرغم من أن هذه الخدمة تبدو وكأن لها عدة مهام مستقلة وتقوم بتماس مع الخدمات التكنولوجية، فدون مشاركتها في التخطيط للخطط المستقبلية والجارية على حد سواء يكون العمل مستحيلا.

وإن البث من أية مدينة يحسب بدقة من حيث الوقت، ويدقق بإمكانيات استخدام قناة البث على الهواء، ويتم تنسيق البرنامج المركزي مع البرامج المحلية وغيرها. ومن أجل تحسين المواصفات التكنولوجية لمرور البرامج المحلية عبر التلفاز المركزي تم تنظيم (إقامة) نظام جديد. إن شريط الفيديو يصل إلى التلفاز المركزي عن طريق الجو أو البر. ويصل في النهاية المطاف وحسب النظام المتبع إلى خدمة النشر في إدارة البرامج.

وإن رفض استلام البرامج من المدن الأخرى حسب القنوات يعطي إمكانية

التواصل في البث على الهواء، والإعداد الدقيق لها في الأمكنة وتحريرها من خلال البرامج المحلية. ويعد أن تتمتع بإطراء المشاهدين والصحافة فمن تحصيل

برامج استديوهات التلفاز المحلية ينبغي أن تكون ضمن الإرسال المخصص. لقد كانت خطة خروج البرنامج المحلي على الهواء في السابق الدافع الوحيد تقريبا لإعدادها. أما الآن فإن نوعية البرامج فقط هي التي تحدد مكانه في التلفاز المركزي. وبالنتيجة تصبح الاستديوهات المحلية أكثر استقلالية ومسؤولية عن البرنامج الذي تقترحه على المشاهدين في أنحاء البلاد جميعها.

إن آفاق التطوير اللاحق للتلفاز السوري وتغطية أراضي البلاد كلها تؤدي بشكل طبيعي إللا تعقيد المسائل المتعلقة بالبرمجة والتخطيط.

وإن ضرورة التنسيق بين البرامج المركزية، الشاملة (المحلية) تضع أمام خدمة البرمجة في التلفاز المركزي جملة من الأسئلة والمسائل. وإن حل هذه المسائل ممكن فقط في حال تم تحسين عمل إدارة البرامج كلها في التلفاز المركزي، وفي حال توفر العلاقة المتينة مع خدمات البرامج في استديوهات البلاد جميعها.

الفصل الثامن

خصائص التخطيط في الإذاعة



الفصل الثامن

خصائص التخطيط في الإذاعة

لقد تحدث كثير من الباحثين مرارا عن أهمية الإذاعة الاستثنائية وعن فائدتها بالنسبة للدعاية والتحريض والتربية والتنوير وقالوا: إنها الذراع الجبار الذي لا يقدر بثمن وذو الأهمية الثقافية والسياسية والثورية الهائلة. ((15))

إن الأفكار العلمية عن الإذاعة مطبقة الآن على الواقع. فالبلاد كلها تستمع إلى البرامج الصادرة من دمشق. وواسعة جدا دائرة مستمعي الإذاعة السورية في مناطق كثيرة من العالم. والتلفاز يتطور بسرعة كبيرة باستخدامه تكنولوجيا المذياع وإلكترونياته.

إن الإذاعة والتلفاز هما وسيلتا الإعلام الجماهيري الشقيقتان فبحلهما أهم المسائل الخاصة بالتربية الفكرية وبتكوين الإنسان الجديد، والخاصة- بتحديد الناس لتنفيذ خطط تطوير الاقتصاد الوطني- تنسقان دائما عملهما كذلك عند وضع الخطط المستقبلية وعند تدقيق الخطط المستعجلة للأيام الجارية والقريبة القادمة. ونؤكد ذلك بوساطة مثال واحد فقط. إن نقل البرامج الخاصة بأهم الأحداث السياسية والثقافية يتم كقاعدة، من قبل التلفاز والإذاعة بشكل متزامن وعمل قناة صوتية واحدة مشتركة.

وهذا يساعد الحد الأقصى من أكثر السكان في الحصول على تصور متعدد الجوانب عن هذا الحدث أو ذاك، عند متابعتهم على شاشات التلفاز ما يحدث، أو استماعهم عن طريق الإذاعة، وعلى الشعور بالجو الذي يحدث فيه الحدث. إن العمل المتزامن لهذين النوعين من الإرسال يكون اقتصاديا أكثر كذلك من وجهة نظر استخدام الوسائل التكنولوجية.

ليس فقط في أيام البرامج المسؤولة عن الأحداث السياسية المهمة، بل وفي الممارسة اليومية العملية تقارن أعمالها وتخبر أجهزة تحرير الأخبار المستعجلة آخر

الأخبار بعضها البعض عن خططها الإبداعية، وأيضا أجهزة التحرير الأخرى التي تعالج في التلفاز والإذاعة قضايا متشابهة (متماثلة) قريبة.

إن أجهزة تحرير الإذاعة والتلفاز مثلها مثل أجهزة تحرير الصحف تغطي يوميا وبسرعة الأحداث التي تجري في البلاد وفي العالم. إلى جانب هذا، وبخلاف الصحف، إن الإذاعة والتلفاز يقدمان براجهما إلى الصحافة لنشرها، وهي لفترة طويلة نسبيا (لأسبوعين تقريبا). ففي الصحيفة الأسبوعية يتم الإعلان عن مئات أسماء البرامج التي يجب أن تبث على مختلف القنوات خلال أسبوع. وإن الموعود به يجب أن ينفذ في موعده. وبهذا إن التخطيط يجب أن يكون دقيقا بشكل خاص وقابل للتحقيق فعلا.

إن أجهزة تحرير الصحف تخطط أيضا لإعداد المواد المختلفة، ولكن نشرها مع ذلك يتضمن دائما عنصر المفاجأة بالنسبة للقارئ.

1ـ مبادئ التخطيط للبرامج:

تسترشد الإذاعة عند التخطيط لعملها بتلك الوثائق الحكومية والقرارات نفسها التي تسترشد بها وسائل الإعلام الجماهيري الأخرى. وإن مبادئ التخطيط للبرامج في التلفاز والإذاعة تتمتع بصفات مشتركة كثيرة. وفي الوقت نفسه لدى الإذاعة (الإرسال الإذاعي) خصائصها. وتحدث هذه الخصائص بكثير من جوانبها بأن الإذاعة تمتلك وسائل تكنولوجية متحركة تعمل دون انقطاع في أراضي البلاد جميعها.

أولا، إن الإذاعة الشاملة يجب أن تكون أكثر سرعة في تقديم الأخبار للسكان عن هذه الواقعة أو تلك أو عن هذا الحدث او ذاك.

ثانيا، يجب أن تشتمل بهذه الأخبار أكبر عدد ممكن من جماهير المستمعين الموجودين في مختلف مناطق البلاد والموجودين خارجها.

ثالثا، يجب أن تكون ليس فقط الأكثر سرعة في تقديم الخبر، بل الأكثر سرعة في تنظيم الرأي العام حول الحدث المهم: إن الإذاعة تستطيع أن تحصل على ردود فعل الناس على الخبر الذي استمعوا إليه لتوهم وأن تنقلها حية وموثقة على الهواء مباشرة بصورة أسرع من باقي وسائل الإعلام الجماهيري الاخرى.

رابعا، بفضل عملها على مدار أربع وعشرين ساعة يكون لدى الإذاعة إمكانية الجذب المتواصل لاهتمام ملايين المستمعين إلى هذا الحدث أو ذاك، ((16))

وبالتتابع تكرر الجذب الهام مضيفة إليه معطيات جديدة وتعليقات جديدة أيضا، وتنقل الإذاعة كل يوم على الهواء قنوات متنوعة حوالي مئة نشرة أخبار متنوعة.

وأخيرا، بخلاف التلفاز والصحافة اللذين يتطلبان في لحظة معينة انتباها كاملا، إن الإذاعة يمكن الاستماع إليها والشخص جالس وراء مقود السيارة، وهو يقوم بعمل منزلي لا يؤجل، وهو يعمل في مركز الخدمات وفي عدد من المصانع الاخرى فهي لا تلهي الناس عن العملية الإنتاجية، بل تساعدهم على التركيز.

إن دور الإرسال الإذاعي مهم بشكل خاص بالنسبة لتلك المناطق البعيدة حيث لا توجد إمكانية مشاهدة البرامج التلفازية وحيث لا توجد قاعات حفلات موسيقية، ومسارح وحيث لا يصل الكتاب الجديد في الوقت المناسب بالتزامن مع وصوله إلى المناطق المركزية في البلاد، وتعد الإذاعة المخبر الأساسي والمنور الوحيد أيضا في الجيولوجية وفي المراعي البعيدة وأثناء الرحلات السياحية الطويلة.

إن الإذاعة المجهزة بالوسائل التكنولوجية الحديثة التي أصبح لديها خبرة كبيرة في العمل الإبداعي أصبحت جزءا لا يتجزأ من حياة الفرد السياسية والروحية، إن سورية تحتل مرتبة مرموقة في العالم من حيث امتلاك السكان لأجهزة المذياع، وتعمل في البلاد وفي آن واحد أعداد كبيرة من المحطات الإذاعية، وتحسن

في السنوات الأخيرة إمكان سماع إذاعة دمشق، وايضا البرنامج العام. إن مئات من الكيلومترات من خطوط الكابلات والخطوط الإذاعية وتوافر أقمار الاتصالات لنقل برامج إذاعية إلى سكان البلاد متوفرة، إضافة إلى ذلك هناك بث إذاعي لم يتقلص، وتصل إلى الإذاعة السورية مئات الرسائل اليومية.

إن احد أهم المبادئ الرئيسية التي تحدد قاعدة التخطيط للبث الإذاعي وغيره من وسائل الإعلام الجماهيري والدعاية في بلادنا هو مبدأ الديمقراطية، إن البرامج الإذاعية تعكس خطة الدولة لخير الشعب في كل شيء، ولا يحصل المواطنون بفضل الإذاعة على المعلومات متعددة الجوانب عن حياة البلاد والدول الاجنبية وحسب، بل يوسعون معارفهم في مختلف مجالات الاقتصاد والعلوم والثقافة، ويتعرفون إبداعات الكتاب والمشاهير والموسيقيين المعروفين والعازفين المحليين والأجانب، وإذا الإذاعة السورية مثلها مثل التلفاز لها أهدافها التجارية أيضا. لدى الإذاعة إمكانيات واسعة لتلبية الحاجات الروحية والمتطلبات الثقافية للعمال والمزارعين والمثقفين والجنود والطلاب والتلاميذ والمواطنين من الجيل القديم ولأولئك الذين بذلوا حياتهم العملية المستقلة. وتتحقق المسائل التالية: ((17))

إعطاء السكان إمكانية الخيار الواسع للبرامج الإخبارية والمعرفية والفنية والأدبية، على مختلف القنوات، ومع اعتبار رأي المستمعين وتحدد طبيعة زمضمون أهل العناوين الثابتة وتحدث برامج جديدة، فخلال السنوات الاخيرة مثلا أضيق البرنامج في أيام الجمعة بريد الإذاعة' الذي يجيب خلاله الاختصاصيون والوزراء، رؤساء المؤسسات المعروفون على الأسئلة ورسائل المستمعين حول قضايا الحياة الداخلية في البلاد، وفي ايام الجمعة البرنامج' الوضع الدولي، أسئلة وأجوبة'، وتعد بناء على رسائل المستمعين برامج موسيقية وأدبية، فخلال أسبوع واحد تسمع بانتظام 25 حفلة موسيقية بناء على طلبات المستمعين، وعموما يبث على الهواء نحو 40 برنامجا إذاعيا بناء على رسائل المستمعين'.

إن برامج الإذاعة السورية تتمتع بطبيعة عربية ودولية، ففيها نجد البرامج التي تتحدث عن حياة ونجاحات ثقافية وأدب وفن كل الأمم والشعوب العاملين في الإذاعة المركزية صحيفة الإذاعة والمخرجون في المكاتب الإذاعية التلفزية فمثلا، تسمع أثناء النشرة الإخبارية المسائية (الساعة السابعة) آخر الأخبار أنباء من الدول العربية، وإلى جانب الأخبار والمعلومات متعددة الجوانب القادمة من انحاء البلاد جميعها وتسمع يوميا من خلال هذه النشرة 8-10 دقائق أخبارا من دولة عربية، ويعدها العاملون في مؤسسة الإذاعة والتلفاز التابعة لهذه الدولة أو تلك (حسب تقويم متفق عليه).

وكل نشرة تبدأ بشارة الإذاعة الوطنية، وتتضمن أخبارا حيوية عن حياة هذه الدولة أو تلك، ومقابلات، وريبورتاجات قصيرة. وكل نشرة يقدمها مذيعة مؤسسة الإذاعة والتلفاز المناسبة، إن التضمين المنتظم في البرامج الاتحادية لمثل هذه النشرات من الدول الأخبار يساعد على الإضاءة متعددة الجوانب والمنهجية لحياة الشعب العربي.

وفي فترات الأعياد الشعبية العامة، والإعداد للمناسبات الاحتفالية، والمؤتمرات إن مؤسسات الإذاعة والتلفاز في سورية تعد للبث الإذاعي المركزي برامج أيام إذاعات في الدول العربية.

إن هذه برامج متنوعة من حيث أجناسها ومضمونها والبرامج اجتماعية، سياسية وصحيفة وفنية مختلفة يجري الحديث فيها عن نجاحات الكادحين في كل دولة ومنطقة، في مجال الاقتصاد والمجالات العلمية والثقافية.

وتسمع من خلال قنوات الإذاعة السورية دائما البرامج الاجتماعية السياسية(عنوان: أصوات الأصدقاء) والفنية التي تعد من قبل المؤسسات الإذاعية بها الدول العربية، بناء على الاتفاقيات حول تبادل البرامج، وتحصل الإذاعة

السورية عن طريق التبادل أيضا على تسجيلات موسيقية من الدول العربية والأجنبية الأخرى.

إن ضمان الانتقاء المتنوع للبرامج التعليمية والأدبية بحده الأقصى باعتبار متطلبات المستمعين وأذواقهم يعد واحدا من المطالب المهمة من القنوات الإذاعية، وينفذ بوساطة اقتران في برنامج الأعمال الموسيقية والادبية للكلاسيكيين الوطنيين والأجانب مع أفضل أعمال الموسيقيين والكتاب المعاصرين، وعرض مهارة أداء الموسيقيين السوريين، والأجانب المعاصرين وتضمين التسجيلات المحفوظة في أرشيف الإذاعة التي ترسخ فن أداء الموسيقيين والمطربين الكبار الكثيرين وغيرهم.

إن حوالي 200 مسرحية مسجلة في سنوات متعددة ومختلفة بناء على مسرحيات المسرحيين العرب والأجانب محفوظة في أرشيف الإذاعة السورية وتضم بانتظام إلى البرامج، وتسمح البرامج بتسجيلات أصوات الكتاب العرب المتهورين والمسرحيين والشعراء العظماء وغيرهم.

وعند إعداد البرامج للإذاعة المركزية داخل سورية تحل مسألة ثنائية واحدة موحدة: من جهة، تلبية المتطلبات المتنامية، لجمهور المستمعين الواسع، ومن جهة ثانية، المساعدة على تكوين أذواق هذا الجزء أو ذاك من المستمعين الذين متطلباتهم لها المحدودة بعض الشيء.

إن الإذاعة المركزية الداخلية، او كما اعتدنا تسميتها الإذاعة السورية لديها متوسط حجم يومي للبث على جميع القنوات يصل إلى 160ساعة، كل يوم يعلن في القنوات المحلية والأجنبية عن أكثر من سبعين برنامجا. إن الشخص المشغول بالعمل يوميا يستطيع الاستماع إلى بعض البرامج الاجتماعية- والسياسية- والفنية (دون حساب نشرات الأخبار) لكن عليه- لتحقيق ذلك- تنظيم عمله ووقته بناء على جدول البرامج التي تهمه.

إن القارئ عندما يتسلح بالعدد الجديد من الجريدة يستطيع وبسرعة تحديد ماذا سوف يقرأ وما يهمه بالدرجة الأولى، لأن ما سيقرأ فيما بعد مساء.

القارئ يقر بنفسه، ماذا سوف يقرأ ومتى؟ وحتى متى سوف يقرأ بالتفصيل، مناقشا المشكلة التي تقلقه مع شخص ما، أو بسرعة لأخذ المعلومات.

إنه يستطيع الاحتفاظ بعدد الجريدة ليعود إليه فيما بعد، أما المستمع للإذاعة فلا يمتلك هذه الفرصة، لا الأولى، ولا الثانية، ولا الثالثة، لذلك يتم الالتزام عند التخطيط لبرامج الإذاعة وبشدة وصرامة. بمبدأ المكان الدائم على الهواء لعدد من العناوين لتي لها جمهورها الدائم والمستقر، وإن هذه البرامج الداخلية من جديد غن كانت تجذب انتباه المستمعين تحصل أيضا على مكان دائم لها، إن مثل هذا النظام يساعد مستمعي الإذاعة على غيجاد البرامج التي يحتاجونها بسرعة على الهواء، وحتى إن لم يكن بين أيديهم جدول البرامج.

تبنى القنوات الإذاعية مع حسبان خصائص الوقت، أوقات النهار، وانشغال الناس المستمعين واعمارهم أو فئاتهم العمرية، إن الإذاعة تتمتع بأكبر جمهور لها في الصباح الباكر، فالصحف لم تصل بعد إلى البيت، والتلفاز لم يعمل بعد أيضا، وعمليا لا يوجد وقت لدى المستعجل إلى العمل لا للقراءة ولا مشاهدة التلفاز، فالمذياع بعد ذاك هو الرفيق الذي لا يعيق المستمع عن القيام بعمله، بل ويساعده على الحصول على جملة من الأخبار، وينشطه ليده يوم عمل جديد.

تقدم في البرامج الصباحية بشكل موجز الأخبار الأهم عن الأحداث في البلاد وفي العالم، ويتم الحديث عن محتوى الصحف الصادرة لتوها، وفي هذه الساعات تبث النشرة الجوية عدة مرات والمعلومات عن البرامج للغذاعة والتلافز لليوم الجاري، وبالتالي تبث في هذا الوقت الحفلات الموسيقية أيضا، وتسمع في البرامج الصباحية البرامج المخصصة للأطفال الصغار والتلاميذ والدارسين في الفترة الثانية.

وتعد برامج وقت النهار (الظهيرة) باعتبار الفرص المخصصة لتناول طعام الغذاء، والعمل متعدد الورديات في المصانع، وانتهاء الدراسة في المدارس وغيرها من المؤسسات الدراسية والخ.

ويعار الاهتمام الخاص للبرامج المسائية نفقي هذا الوقت مثلا، نجد على القناة الأولى نشرتي أخبار دورة كل منهما تصف ساعة آخر الأخبار في السابعة مساء والعاشرة مساء أيضا، ويوميات دولية (في التاسعة إلا ربعا) التي تحمل فيها اخبار النهار الأهم ويتم التعليق عليها، إن الوقت المسائي يشغل في القنوات كلها بشكل أساسي بالبرامج الفنية الأدبية.

وعند التخطيط للبرامج لاي وقت كان من اليوم، النهار والمساء، يتم الالتزام بالتالي: التناوب، في هذه القناة أو تلك للبرامج المختلفة من حيث المضمون والأشكال، والكلامية النصوصية، الموسيقية وإدخال البرامج المتنوعة على الهواء من حيث المواضيع الاجناس في الأيام والساعات نفسها على مختلف القنوات، وأيضا في الساعات الأيام نفسها في مختلف أيام الأسبوع.

إن كل هذا يجب أن يهيء الفرصة للخيار الواسع للبرامج في أي وقت باعتبار مختلف الأذواق. إن تركيب قنوات الإذاعة السورية وقانونية إعداد الجدول للبرامج الإذاعة قد تكونت على مدى عشرات السنين، وما تزال مبادئ التخطيط للقنوات الإذاعية تتحسن وتتطور باعتبار متطلبات العصر والمهام الماثلة أمام البلاد في المرحلة المهمة الجديدة من البناء من الحياة الراهنة.

2ـ قنوات الإذاعة السورية

القناة الأولى:

هي قناة إذاعة دمشق الأساسية، الإخبارية، والاجتماعية، والسياسية، والمعرفية والفنية الأدبية، ويشكل البث اليومي نحو عشرين ساعة إرسال، والبرامج الإخبارية والاجتماعية والسياسية تشغل ضمن البرامج جميعها نسبة

20٪من الزمن، وبرامج الاطفال والشبان نحو 19٪والوقت المتبقي الموسيقية والمسرحية والأدبية والرياضية.

وتظهر ممارسة العمل ووسائل استبيانات آراء المستمعين أن البرامج الإخبارية تستدعي الاهتمام الاكبر لدى السكان، إنها تشغل يوميا نحو أربع ساعات وتبث في وقت محدد بدقة، إنها عشر نشرات آخر الأخبار في الخامسة والسادسة والثامنة والعاشرة والثانية عشرة والخامسة عشرة والسابعة عشرة والتاسعة عشرة والثانية والعشرين والثالثة والعشرين ونصف)، وبرنامجان إخبريان في صفحات الصحف المركزية (في السابعة والتاسعة) ونشرتان مستعجلتان يوميا (يوميات دولية) في الصباح فس الساعة السادسة وفي المساء فس الاسعة العشرين وخمس وأربعين دقيقة (عدا أيام الجمعة).

وتقدم الأسفار والاخبار وريبورتاج قصير ومقابلة إذاعية في النشرت الإخبارية بشكل مختصر وتنعكس في حياة البلاد كلها متعددة الجوانب.

الاعمال المهمة والمسابقة الغبداعية بين المواطنين السوريين في سبيل التحقيق قبل الموعد للمهام الوطنية، والصراع في سبيل فاعلية الإنتاج ونوعية السلع، وزيادة غنتاجية العمل، وقضاء القضايا المتنوعة تطوير الملاحق للاقتصاد وطني، والعلوم، والثقافة، والتربية القانونية والأخلاقية، وخدمة السكان الصحية، والحياتية، ودارة واسعة من قضايا الحياة الدولة.

ويتم الكشف في القناة الاولى إلى جانب الأخبار عن المواضيع المسماة في البرامج الاجتماعية- السياسية ذات الاشكال الاكثر- الاحاديث، وفي المجلات الإذاعية والقصص الإذاعية، والتحقيقات الإذاعية، وإن العديد من المجلات الإذاعية والبرامج معروفة للمستمعين منذ سنوات طويلة ولها مكانها الدائم في البرامج، وهي صباح الخير الزمن،

الاحداث، الناس" العلم والتكنولوجيا" الأرض والناس" (للعمال الزراعين)، ومن دورة "الصحة" طبيعتنا" الانسان والقانون" في خدمة الوطن" للبالغين عن الأطفال وغيرها، وتسمع خلال اليوم عبر هذه القناة كقاعدة اربعة إلى خمسة برامج من هذه البرامج بحجم كلي يصل إلى نحو ساعة ونصف في اليوم، ويتحدث في هذه البرامج بانتظام القادة والمتخصصون في مختلف قطاعات العلوم.

إن القناة الأولى تأخذ بالاعتبار الاهتمام الكبير للمستمعين بعمل مؤسساتنا ودولتنا في مجال السياسة الخارجية، وبقضايا الحركات الشعبية، والجماهيرية، والدولية، وبحركة التحرر الوطني لشعوب البلدان النامية، ففي كل يوم جمعة في الوقت المعتاد يبدأ بالنسبة للمستكعين وقت (15,30) برنامج "المعلقون الدوليون وراء الطاولة المستديرة" الذي يتم التعليق فيه على أكثر الاحداث الدولية حيوية وإلحاحا في الأسبوع المنصرم، وأحيانا في الأسبوع القادم، وفي أيام الجمعة (في 20,15– 21,00) يجيب الصحفيون الدوليون على أسئلة القراء، البرنامج يسمى هكذا" الوضع الدولي، أسئلة وأجوبة" ويبث كل أسبوعين في التوقيت نفسه، وتضاء حياة البلدان العربية من خلال البرامج الدائمة، أصوات الأشقاء الأصدقاء (وتعد من قبل الهيئات الإذاعية في الدول العربية)، وفي بلدان صديقة- ريبورتاجات وتصريحات المراسلين الأجانب لهيئة الإذاعة والتلفاز السورية، وكل يوم جمعة تسمع في الساعة الحادية عشرة مجلة المذياع" جولة في البلدان والقارات" التي تتضمن محاور ذات طابع معرفي من مختلف البلدان.

وتخصص نحو أربع ساعات يوميا من القناة الاولى للاطفال والشبان ومن بينها" التنبيه الاجتماعي" و"الاتراب" و"الإذاعة للصغار" في ضيافة الحكايات" نادي القادة والمشاهير" و"الإذاعة المربية" في بلاد أبطال الأدب" و"صندوق الموسيقا" وغيرها، وإن توقيت إرسال هذه البرامج ثابت: "التوجيه التربوي الطليعي" من 7,40إلى 8,00 (عدا أيام الجمعة)، وباقي البرامج حسب أيام الصباح من الساعة 10,50حتى 11,00ومن 16,00حتى 17,00.

وجمهور الشبان يستمع إلى برامج متنوعة من حيث المواضيع والأشكال والأجناس عن طريق إذاعة "الشباب"، وخلال سنوات عديدة تبث برامج تحت العناوين "روايات العمل الطليعي" "تحدثنا" "ساعة موسيقا للشباب"، "عالم التسلية والهوايات" "لوحات موسيقية ادبية" وغيرها.

وتتدفق الرسائل بكميات كبيرة وباستمرار إلى برامج إذاعة "الشباب"، وهذه البرامج تبث على الهواء كقاعدة، مرتين في اليوم: من الساعة 17,10 حتى 18,00 ومن 23,05 حتى 23,50 (عدا الاربعاء والسبت) ففي السبت يبث على الهواء البرنامج الصباحي لإذاعة "الشباب" مرحبا يا رفيق (في 9,15) بناء على رسائل الشباب.

ان البرامج الموسيقية الادبية تشغل كما أشرنا في الحجم العام للبث على القناة الاولى من 50٪ من الوقت، وتقدم هنا الانواع والاجناس كلها "الموسيقية والادبية للفن العربي والكلاسيكي والمعاصر والوطني والأجنبي والدولي. فالموسيقا تبث وسطيا ثماني ساعات في اليوم، وبانتظام يقام البث المباشر او النقل المسجل لأفضل العازفين للمعاصرين والفرق الموسيقية

العربية والعالمية، عن الأعمال الشهيرة للموسيقيين المحليين والعالميين تستخدم في الحفلات حسب طلبات المستمعين.

إنها الحفلات اليومية الصباحية: "لاجل عمال القرية" (في 5,30) "في وسط يوم العمل"، (12و30 عدا أيام السبت والأحد) "لأجل الجنود" (في أيام السبت في 14,30) وحسب طلبات المستمعين في (أيام الاثنين في 19,30)، الحفلات- أيام الجمعة والسبت الموجهة إلى الجماهير الواسعة من السكان تبث حسب رسائل المستمعين والبرامج: "لقاء مع الأغنية"، "دو، ري، مي، فا، صول"، (أيام الجمعة 21,00)، "عن الأغنية الشعبية وغيرها.

وتبث أسبوعيا أيام الثلاثاء مساء، ومرتين في الشهر في أيام الأحد من العنوان الثابت" المسرح أمام الميكرفون أفضل المسرحيات من على خشبة المسارح، وأربع مرات في الاسبوع يتحدث الكتاب والصحفيون المعروفون ضمن العنوان الثابت" الكتاب أما الميكروفون "(في 9,15) في مجال القضايا المحلية، ويوميا (عدا أيام الأحد) وفي 13,00 تبث برامج تحت العنوان الثابت "قراءات أدبية" ويقدم مستمعو الإذاعة الشكر لقاء إمكانية الاستماع إلى العديد من المؤلفات الكلاسيكية والأدب المعاصر بأداء أفضل من امتلاك الكلمة الادبية، فمثلا، لقد بث على القناة الأولى 64 برنامجا مأخوذا من عدة روايات عربية وأجنبية.

وتعد البرامج الادبية بناء على قاعدة رسائل المستمعين مثل "دفتر الشعر" و"في عالم الكلمات" البرنامج الذي يبث منذ عشرين عاما. ويحظى بالاعتراف الواسع من المستمعين البرنامج الساخر الذي يبث أيام الأحد بعنوان" صباح الخير" (في 9,15) ورنيقان يبثان أيام السبت "لقد التقينا من قبل"، "ولقد كتبتم لنا" (في 21,20) واللذان يتناوبان مع بعضهما، كل واحد منهما يبث بعد أسبوع على بث الآخر.

وستكون صفة القناة الأولى غير كاملة إن لم نقل إن جدول برامجها لم يأخذ بالاعتبار المقاطع الزمنية والمساحات الحرة المميزة التي تستخدم من قبل المؤسسات المحلية لنقل برامجها عبر شبكة المذياع، ويخطط الإرسال المركزي الإملاء هذه الفراغات من الوقت بالبرامج الموسيقية محددة الاستمرارية بشدة، ويمكن استقبال الإرسال الإذاعي المركزي في هذا الوقت فقط على جهاز المذياع

وقد نظرنا بتفصيل أكثر بمسائل تنسيق البرامج في الإرسال المركزي والمحلي في الفصل العاشر من هذا الكتاب. إن مساحة الوطن العربي ممتدة على أكثر من توقيت لذلك أن القناة الأولى تعد بأربعة نماذج لا تختلف مع بعضها من حيث المضمون لكنها تبث باعتبار التوقيت المحلي، إن البرامج نفسها تنقل من دمشق في

تلك الساعات التي تكون مريحة أكثر للمستمعين والملحة التي تبث على القناة الأولى مساء (في الشرق يكون هذا التوقيت ليلا)، تبث على القنوات الشرقية الأولى في ساعات الصباح الباكر، أي قبل بدء العمل، إن وجود عدة أشكال للقناة الاولى يسمح باستقبالها في أنحاء البلاد جميعها في التوقيت المريح.

تستقبل القناة الاولى في شمال إفريقيا من قبل المستمعين في المناطق التي تسير حسب توقيت دمشق، أي في المناطق دائرة التوقيت الصفر، وكذلك مع فارق ساعة وساعتين. وتبدأ برامج هذه القناة بدءا من الخامسة صباحا حتى ساعات الليل، ويستقبلوا برامج القناة الأولى المخصصة لغرب وآسيا التي توقيتها يختلف عن توقيت موسكو بفارق ساعة وساعتين، وتوقيت بث هذه البرامج يبدأ من الساعة الثانية حتى العاشرة ليلا حسب توقيت دمشق.

وتستقبل القناة الأولى المخصصة إلى جنوب شرق آسيا، اي في المناطق التي فارق التوقيت فيها يصل إلى 3,2ساعات. وترسل براجها يوميا بدءا من الساعة 00,00 حتى الساعة عشرين حسب توقيت دمشق.

القناة الثانية:

هي قناة تغطي سورية كلها وبعض الدول المجاورة وتعمل 24ساعة إخبارية- موسيقية، وتبث براجها في وقت واحد غلى مناطق البلاد جيعها.

بخلاف القنوات المركزية الأخرى إن جدول برامج القناة الثانية لا ينشر في الصحف، ذلك لأن الأخبار السريعة والمستعجلة عن المناطق داخل البلاد، وعن الحياة الدولية تشكل المضمون الرئيس لها، في بداية كل نصف ساعة تبث على موجات القناة الثانية النشرات الإخبارية، التي تستمر كل نشرة منها نحو خمس دقائق، وفي الصباح الباكر بدءا من السادسة حتى الثامنة تبث نشرات الأخبار التي لا تتجاوز الدقيقتين، وتقدم تقريبا كل أربع أو خمس دقائق، في الساعة السادسة

وعشر دقائق يبث برنامج "يوميات دولية"، وتعد البرامج الموسيقية التي يستمر بثها نحو 25دقيقة مسبقا.

لكن خروجها على الهواء، وأحيانا ومضمونها يتم تدقيقها أثناء البث، وذلك يعود إلى طبيعة الأخبار الواصلة، إن القناة الثانية تبث الموسيقا، الشعبية الشهيرة، والاعمال الموسيقية غير الكبيرة، أو مقتطفات من الأعمال الموسيقية الكلاسيكية والمعاصرة، وتسمع على الموجات القناة الثانية الحفلات المخصصة للأطفال وبرامج إذاعة "الشباب" الموسيقية (رسائل الشباب) وبرامج ساخرة، وإن بعض الحفلات والبرامج تعاد على الموجات القناة الثانية مرتين في اليوم كي يتسنى للمستمعين سماعها في الوقت المناسب لهم وفي المناطق الشرقية منها.

ويخصص مكان كبير على موجات القناة الثانية للريبورتاجات المباشرة المنقولة عن المسابقات الرياضية. إن حجم الإرسال اليومي يصل إلى 16ساعة، وتبث المسرحيات وتنقل البرامج الأدبية والأعمال الموسيقية الكلاسيكية وتعرف بالكتاب وبالشعراء والموسيقيين والفنانين العرب والأجانب وبأعمالهم، ويعلن عن استمرارية البرامج الأدبية والموسيقية على القناة الاولى بوساطة آخر الأخبار وبعض العناوين الأخرى مع التشديد على البداية والنهاية، وإن هذه القاعدة تخترق فقط في الحالات الاستثنائية، ولا وجود لمثل هذه العناوين في القناة، لذلك هناك إمكانية التخطيط لبرامج فنية ذات استمرارية أطول، وتبث هنا يوميا من5إلى6 برامج أدبية من مختلف الأنواع في 15 دقيقة لبرنامج الشعر حتى ثلاث ساعات لبرنامج "المسرح أمام الميكرفون" وغالبا ما تبث على موجات هذه القناة عمليات النقل المباشر من المسارح والقاعات الموسيقية وتسجيلات الأعمال السيمفونية والأوبرا وأوبيريت، وبناء على طلب المستمعين تعاد في أوقات مختلفة برامج القناة الأولى ويخصص يوميا أكثر من ثلاث ساعات من القناة الثانية لبرامج الأطفال والشباب. وتتوسع باستمرار حدود إرسالها واستقبالها.

قناة الغد (الشبابية).

الحجم اليومي للبث أكثر من تسع ساعات، ست منها تبث الأغاني الشبابية العصرية، ويتضمن جدول برامج هذه القناة بشكل أساسي البرامج الموسيقية التي حصلت على تقدير عال من المستمعين عندما أذيعت لأول مرة على القناتين الأولى والثانية، وهي البرامج الموسيقية والإخراجات الإذاعية والحفلات من مختلف الأنواع في تسجيل عن النقل، وتسجيلات الأوبرا والأوبريت وغيرها، وهناك تجربة للنقل المباشر من القاعات الموسيقية، إن منطقة استقبال هذه البرامج عموما محدودة.

وتستقبل بأشكال متعددة مثلا في حلب- الحسكة- دير الزور إن الإرسال الإذاعي يتم حسب القنوات المحلية بشكل ضعيف. القنوات الخارجية: 24ساعة على 24ساعة؛ إخبارية وسياسية واجتماعية وفنية وأدبية.

موجهة للمواطنين العرب والسوريين المقيمين خارج البلاد: البحارة، صيادي الأسماك، الخبراء الموفدين للعمل في الدول الخارجية والعمال المقيمين في بلدان مختلفة. هذه القناة تلقى اهتماما من قبل المواطنين الأجانب الذين يتعلمون اللغة العربية.

تعيد القنوات الخارجية بث نشرات الأخبار الرئيسية المذاعة على القناة الأولى والعدد من البرامج الإخبارية والموسيقية المذاعة على القناة الثانية.

ويقوم البث المركزي أيضا ببث عدد من البرامج الموجهة عن طريق محطات إذعية مستقلة خارج البرامج الأساسية، وهي البرامج المخصصة للذين يقضون أوقات طويلة بعيدين عن مناطقهم، وللعاملين في المراصد في أقصى الشمال، إلى جانب المواد ذات الطابع العام المخصصة للمستمعين كلهم وتتضمن رسائل مسجلة صوتية للأهل والأقارب.

البرامج المخصصة لسكان العاصمة:

إن أهالي دمشق مثلهم مثل كل سكان البلاد يستطيعون استقبال القناة الأولى في هيئة الإذاعة المركزية كاملها، وإن أكثر براجها تبث عن طريق شبكة المذياع لكن برامج اهالي دمشق حول مواضيع حياة العاصمة التي تعدها هيئة البث الرئيسية لدمشق تبث إلى جانب برامج القناة الاولى بوساطة الشبكة السلكية

وهي النشرات الإخبارية أنباء العاصمة والتحقيقات والريبورتاجات والأخبار التي تتحدث عن حياة بعض المناطق والمصانع في العاصمة والبرامج بناء على رسائل المستمعين، ويصل حجم هذه البرامج إلى 2,5 ساعة في اليوم، وتبث في الصبح والظهيرة والمساء بأوقات متقطعة مخصصة للبث المحلي، والعناوين الثابتة الأساسية هيطأحاديث عن مواطنيناوغيرها.

وتتطور في دمشق- كما في المدن الكثير، الأخرى في البلاد- الإرسالات الإذاعية السلكية لثلاث قنوات، ويبث على القناة الاولى لشبكة ثلاثية القنوات القناة الاولى والبرامج الموجهة لأهالي دمشق، وعلى الثانية- وتعاد أيضا أجزاء من البرامج المخصصة لأهالي دمشق. أما الإرسال إلى سكان ريف دمشق فيتم بطريقة عالية، وتعد البرامج من قبل الهيئة الرئيسية للبث لمنطقة ريف دمشق.

3ـ نظام التخطيط:

أنواع الخطط:

إن نظام التخطيط القائم على الإرسال الإذاعي تكون نهائيا في أوائل السبعينات، وفي أساسه خططا طويلة الأمد(سنوية)وشهرية تقويمية، وخططا لأسبوع وخططا يومية للعمل العاجل.

إليكم أنواع الخطط بتفصيل أكثر:

الخطط بعيدة الأمد: هي خطط للعمل خلال السنة القادمة، وعددها ثلاث: الخطط الموضوعة المستقبلية لبرامج هيئات التحرير الرئيسي كلها، وخط تسجيل الاعمال الأدبية في الأرشيف للحفظ الطويل، وخطط حفلات الفرق الموسيقية لهيئة الإذاعة والتلفاز المركزي في القاعات الموسيقية وتطور الثقافة.

إن كل هيئة تحرير رئيسي تعد خطط إعداد البرامج الموضوعية المستقبلية للعام القادم وينظر فيها، ويصادق عليها من قبل الزمالة في هيئة الإذاعة والتلفاز لسورية قبل أربعة أشهر إلى خمسة أشهر على بدء العام الجديد، وتفترض هذه الخطط أهم حلقات البرامج ودوراتها المدعوة إلى الدعاية بانتظام السياسة والدولة الداخلية والخارجية، وإلى الاستعراض المتالي لتحقيق مقررات الحزب وتنفيذها وقرارات الحكومة، وفي مجال تطوير اللاحق للاقتصاد الوطني والثقافة وفي مجال تحسين مستوى معيشة الشعب، وعكس العمل البطولي وتصويره للمواطنين السوريين في مجال تنفيذ الخطط والالتزامات المتخذة في المسابقة الإبداعية وإحداث صور أفضل الناس ورجالات العلم والثقافة والكشف عن جوهر نمط الحياة الشرقي وصفاته، وعرض نشاط مجالس نواب الشعب متعدد الجوانب ومتابعة تبني التقاليد الحضارية في العمل، واستعراض للمواقف الوطنية والقومية عند المواطنين السوريين.

وتفترض الخطط الموضوعية المستقبلية إعداد التمثيليات الإذاعية، والموضوعات، وغيرها من البرامج للاحتفالات بالأعياد القومية التقليدية المشهودة التي يحتفل بها في بشكل واسع، والمتعلقة بحياة البلاد السياسية والثقافية وتلك التي يحتفل بها في الدول العربية والمناسبات الاحتفالية المرتبطة بإصدار الاعمال الرائدة في مجال الأدب التقليدي العالمي والموسيقا، ويعار اهتمام كبير بالإعداد والخطط للبرامج الأدبية عموما وبخاصة تلك المخصصة للأطفال والشباب، وتبث طيلة مئة

ساعة تقريبا في اليوم على مختلف القنوات الإذاعية التابعة للإذاعة السورية البرامج الموسيقية والادبية، وهي موجهة إلى ان تساعد على رفع المستوى الثقافي التعليمي، وللتربية الجمالية وللراحة العقلانية للسكان في أوقات الفراغ بعد العمل والدراسةوتفترض الخطط الموضوعية المستقبلية إعداد الكمية الضرورية من البرامج بالتناسب مع أحجام العمل المصادق عليها للبث على الهواء لكل هيئة تحرير رئيسية، ومع الوسائل المخصصة لإعداد البرامج، وتفترض هذه الخطط كذلك الوقت الاحتياطي ليخصص فيما بعد للبرامج العاجلة.

وبمناسبة نشر الوثائق الحزبية الجديدة توضع خطط لتغطية الحملات السياسية المهمة وإضاءتها والدعاية للقرارات المتخذة. وتضع هيئات تحرير رئيسية ثرث خطط لتسجيل الاعمال الفنية والادبية في أرشيف الحفظ الطويل، البث الإذاعي الموسيقي، الدرامي الأدبي، والبث الإذاعي للأطفال، وهذه هي البرامج التي تسمى خططا للتسجيل الأرشيفي المخصص للاستخدام لسنوات عديدة ولمرات عديدة في البرامج، ويتطلب وضع هذه الخطط الإثبات متعدد الجوانب لانتقاء الاعمال الأدبية والموسيقية ومؤديها.

وإن عدد التسجيلات الأرشيفية التي تنفذها كل هيئة تحرير محدود بسبب المتطلبات العالية من الأعمال المنتقاة لهذا الهدف، وبسبب ضرورة توفر الشروط الإذاعية التكنولوجية الخاصة والتحويل لتنفيذ هذه التسجيلات.

خطط نقل حفلات الفرق الموسيقية التابعة لهيئة الإذاعة والتلفاز السورية العربية مثل: الفرقة السيمفونية للإذاعة والتلفاز، والفرقة للآلات الشعبية العربية، والجوقة المهنية للأغنية العربية والفرقة السمفونية المنوعة، وغيرها من الفرق والجوقات توضع بالاشتراك مع القادة الفنيين للفرق وقيادة هيئتي تحرير الموسيقية للبث الإذاعي، والبرامج الموسيقية في التلفاز المركزي، وتفترض هذه الخطط إعداد البرامج التي تهم المستمعين الموجودين الذين سوف تنقل لهم هذه الحفلات

وغيرهم، وتعد الفرق الموسيقية في هيئة الإذاعة والتلفاز برامج جديدة، وتقدمها في استديوهات الحفلات في الإذاعة التي منها يبدأ البث المباشر إلى مختلف القنوات.

وإن الخطط السنوية كلها لها تقسيمات موجهة إرشادية للأعمال المقرر القيام بها حسب الفصول الأربعة، لكن الهدف ضمان التتابع في التنفيذ للخطط السنوية والتوزيع في الوقت المناسب للكوادر الصحفية والإخراجية وغيرها من الكوادر، وأيضا توزيع هذه الخطط الانتهاء بالموعد المحدد من غعداد النصوص والتسجيلات للبرامج الهامة المتعلقة بالموضوعات الملحة في حياة البلاد، والمسرحيات الإذاعية وغيرها من العروض الأدبية والموسيقية التي تقدم لأول مرة باعتبار التواريخ الخاصة بالمناسبات.

وينتهي التخطيط الاولي للبث الإذاعي برضع التفصيلات للبرامج(حسب الأيام والساعات)للأسبوع الثاني، في غضون ذلك يؤخذ العمل المستعجل القادم والنقل المباشر للأحداث المهمة (أو الريبورتاجات منها) ودرجة جاهزية البرامج الاجتماعية والسياسية والفنية المقررة في الخطة الشهرية، وإمكانيات نقل البرامج الجديدة من قاعات الحفلات والمسارح (أو نقلها مسجلة عن النقل المباشر) يؤخذ بالاعتبار، وتحدد القناة التي تبث هذا البرنامج أو ذاك من بين القنوات الثلاث التي تنشر جداول برامجها في الصحافة (الاولى، الثانية، أو الثالثة)باعتبار طبيعتها والاهتمام الذي يمكن أن يشكله لدى جماهير المستمعين أو لدى فئة معينة من الكادحين.

وإلى جانب التخطيط اليومي يتم التخطيط يوميا للعمل العاجل آخر الأخبار والنشرات الإخبارية وبرامج الزمن الأحداث الناس، والأرض والناس، والشباب والفتوة والريبورتاجات والمقابلات حول الاحداث الملحة الحيوية بالنسبة للصحفيين الإذاعيين الآخرين.

4ـ عملية التخطيط وإخراج البرامج على الهواء:

إن أنواع الخطط كلها تعدها كل هيئة تحرير رئيسية بالتوافق مع المهام الأساسية للبث الإذاعي عموما ومع الخصائص المميزة لهذه الهيئة ومع التخصص والأشكال والأجناس والأحجام، في العمل في مجال مختلف البرامج والقنوات وتعد الإدارة العامة للبرامج خططا إجمالية كل البث (للإذاعة)، وأثناء إعداد الخطط الإجمالية العمة يتم التنسيق بين برامج مختلف هيئات التحرير من حيث المواضيع والأجناس والمؤلفون والمنفذون والمواعيد الخاصة بالنقل على الهواء، والقنوات التي تخطط هيئات التحرير النقل عليها، وينفذ أكبر قسط من هذا العمل عند وضع برامج لأسبوع.

وإن جدول البرامج النموذجي، او كما يسمونه أيضا، شبكة برامج كل قناة على حدة (انظر الفصل رقم2) ويفترض الجدول النموذجي أحجام عمل كل هيئة تحرير رئيسية حسب القنوات المناسبة، وعلى قاعدة هذه الأحجام تدقق جداول الملاك لغرف التحرير والوسائل التكنولوجية والمالية المخصصة لهم لإعداد البرامج، وعلى أساس الجدول النموذجي يتم التنسيق بين الوسائل التكنولوجية ويحدد زمن (وقت) الخروج على الهواء لبرامج اللجان المحلية، وأخيرا، تجرى عملية متواصلة في مجال وضع برامج البث الإذاعي المركزي لأسبوع على أساس الجدول النموذجي أيضا، وإليكم بعض التفاصيل لهذه العملية. إن القناة الأولى تملك كما أشرنا العديد من العناوين الثابتة يسهل عملية لبرمجة، فمنذ التخطيط الأسبوعي تناقش الموضع في بعض البرامج خصائص الأسبوع القادم.

والمهمة الأساسية عند وضع البرامج الاسبوعية هي التوزيع الاكثر فائدة في كل يوم وأسبوع؛ عموما حسب مختلف قنوات المنشورات الصحفية في مجال المواضيع الملحة والقراءات الأدبية وعروض المسرحيات الإذاعية لأول مرة والبرامج الفنية متعددة، الحلقات والنقل المباشر، والتسجيلات الجديدة لعدد كبير

من البرامج الاحتفالية الموسيقية، وينظر بمقترحات هيئات التحرير الرئيسية من مختلف جوانبها الخاصة في أوقات المساء وأيام السبت والاحد.

وفي فترة العمل على جدول البرامج الأسبوعية (وتمتد إلى أربعة أسابيع قبل تقديم الجداول لطباعتها في الصحافة) ينظر في النصوص والسيناريوهات بصورة أولية أما التسجيلات الجاهزة فيتم الاستماع إليها او سماعها.

وإن الجداول المطبوعة الخاصة بالبث الإذاعي، والمخصصة لأسبوع تقارن بجداول برامج التلفاز المركزي لهذه الفترة بالذات، وتوضع مهمة حسبان ما سيعرض التلفاز المركزي في هذا الوقت أو ذاك وحسب أي برنامج، فمثلا لا يجوز نقل البرنامج الإخباري في الوقت نفسه والتوقيت مع آخر الاخبار ومن غير المرغوب فيه تقديم برنامج العناوين الثابتة تلك مثل نادي السينما (التلفازي) في التوقيت نفسه مع الاستعراض الدولي وراء الطاولة المستديرة (الإذاعي)، لأن لديهما جمهورا كبيرا من المشاهدين والمستمعين، ويعلن أصحاب العديد من الرسائل انهم لا يسعون إلى تفويت هذا او ذاك البرنامج، ويناقش العاملون في إدارتي البرامج الرئيسية التطابقات الأخرى غير المرغوب فيها. ويدرسون غمكانية الالتزام ودرجة للابتعاد عنها في كل حالة من الحالات المحددة.

ويقدم جدول البرامج المتفق عليه مع هيئة الإذاعة والتلفاز المخصص لأسبوع إلى الطباعة، ويرسل إلى اللجان المحلية كلها للاعتماد عليه في عملية تدقيق أعمالهم بالتناسب مع برامج الإذاعة المركزية، وقبل خمسة أيام من بداية الأسبوع يرسل الجدول المنشور إلى المشتركين (الأسبوعية دمشق تعرض وتتحدث)، وتقدم هيئة التحرير إلى الإدارة العامة للبرامج الجاهزة بالتناسب مع الجدول واليوم والساعة المشار إليها في مجلة فنون.

إضافة إلى ذلك، وكما أشرنا، يتم يوميا وضع مخطط للعمل المستعجل الذي خلاله تكون بعض التغيرات ممكنة على البرامج المعلن عنها، ويعلن عن هذه

التغيرات أثناء تقديم البرامج وفي الجداول الخاصة بالبرامج التي تنشر في الصحف وتنقل بوساطة الإذاعة، ويتم إعلام الهيئات المحلية الموجودة في المحافظات وغيرها بهذه التغيرات عن طريق إرسال البرقيات وتوضع وزارة الاتصالات في سورية بصورة هذه التغيرات، وتقوم الوزارة بتوفير إعادة بناء عمل الوسائل التكنولوجية المناسبة. ويوضع ما يسمى ببرنامج العمل في إدارة البرامج العامة لكل يوم على أساس البرامج المنشورة في مجلة فنون، وغن هذه الخطة- الجدول الخاص للخروج على الهواء على جميع القنوات لأكثر من 100 برنامج في اليوم، ويسجل في وثيقة العمل هذه بالتتابع التحريك و(الدفع)

بالساعات والدقائق للبرامج المعلن عنها للخروج على الهواء على كل قناة، وكذلك الاستديوهات التي ستبث منها هذه البرامج، والمذيعون الذين سيقدمونها، وتنظم إدارة البرامج العامة والخدمات التكنولوجية في هيئة الإذاعة والتلفاز السورية ووزارة الاتصالات السورية عملية إخراج هذه البرامج على الهواء، وعند انتهاء اليوم يسلم برنامج العمل مع المصنفات (النصوص) لكل البرامج الماضية إلى الأرشيف، وهذا البرنامج هو الوثيقة الأساسية التي بناء عليها يمكن إثبات أيها من البرامج كان على الهواء في أي يوم وأية ساعة بعد مضي وقت طويل.

وتحل مسألة الاستخدام الدائم للإمكانيات الواسعة للبث الإذاعي بأنواع التخطيط وأشكاله جميعها وفي سبيل الحد الأقصى من إعلام السكان والاهداف من خلال رفع نوعية، الدعاية وفعاليتها لجوانب حياة مجتمعنا كلها، وإضاءة العمل متعدد الجوانب للمنظمات الحزبية والمجالس نواب الشعب في مجال التنفيذ لمقررات الحزب والدولة ومتطلبات التطور والتحديث، وتربية الشعور بالمشاركة المحسوسة لكل شخص في قضايا العمل اليومية للشعب كله.

الفصل التاسع

تصنيف البرامج الإذاعية والتلفازية



الفصل التاسع

تصنيف البرامج الإذاعية والتلفازية

1ـ تصنيف البرامج مقدمة ضرورية للتخطيط

يبدو واضحاً مما قيل سابقاً أن برمجة البرامج التلفازية والإذاعية عملية معقدة للغاية، وأحد أهداف التخطيط للبرامج هو تحقيق توازن البرامج-القنوات،وتضمينها العناصر المخصصة لأجزاء مختلفة وفئات متنوعة من الجماهير التي تلبي مختلف الحاجات والاهتمامات، لذلك إن المطلب الأول من القناة هو لزوم تقديمها لأنواع البرامج كلها بصورة كافية متساوية.وتؤخذ مختلف جوانب البرنامج كلها بصورة كافية متساوية.

وظيفته، وموضوعه، والوسائل التعبيرية الأساسية المستعملة فيه (مثال الكلمة، الموسيقا أو الصورة)، وشكل البرنامج، وهدفه، والعنوان الموجه إليه (بجمهور مخصص).

إن تمايز البرامج من حيث طبيعة هذه الجوانب يسمى تصنيفاً للبرامج إن تصنيف البرامج شرط ضروري وحتمي ومقدمة مهمة للتخطيط الناجح، وإن قنوات التلفاز والإذاعة مثلها مثل البناء الذي يشاد من الآجر، والكسوة الداخلية وغيرها من التفاصيل تكون من البرامج مختلفة الأشكال والأنواع.

لنأخذ مثلاً التخطيط لأسبوع الذي برنامجه يعد الوحدة الأساسية لكل الأنواع الباقية من التخطيط، ويميزون التخطيط حسب الأيام-أيام الأسبوع-وهو ما يسمى بالتخطيط الأفقي، أما التخطيط بناءً على المراحل الأساسية للإيقاع الحياتي عند الجمهور خلال اليوم فهو التخطيط الشاقولي.

وعند التخطيط الأفقي نقسم جداول البرامج إلى جداول أيام العمل (بدءاً من يوم الاثنين حتى يوم الجمعة)، وإلى أيام الأعياد والعطلة الأسبوعية (يومي السبت والأحد)،ففي أيام الأعياد عندما يكون لدى الجمهور وقت طويل

للراحة يزاد حجم البرامج، وتتغير طبيعتها ويزداد بخاصة عدد البرامج المسلية وتختصر أو تستثنى نهائياً البرامج التعليمية، ويعار اهتمام أقل للمواضيع الاقتصادية – الانتاجية.

ويتمتع بالوجه الخاص عند التخطيط كذلك كل يوم من أيام الأسبوع، وهكذا، عند وضع جدول البرامج ليوم الاثنين يؤخذ بالاعتبار يوم بداية أسبوع العمل. أما يوم الجمعة فهو نهايته وعندها يكون الجمهور شاعراً بتعب أكثر، لذلك تبدأ بالتقلص في أيام الجمعة في الجدول حصة البرامج المعقدة، أما في أيام الأحد فتبدأ بالازدياد، لذلك لأن الناس الذين ارتاحوا يوم السبت مستعدون لاستيعاب تقبل المواضيع الأكثر جدية.

وعند التخطيط الشاقولي ضمن اليوم يتم إبراز المراحل الأساسية التالية:

الصباح الباكر– من الساعة 6 حتى 9

الصباح – من الساعة 9 حتى 12

وقت الغداء – من الساعة 12 حتى 15

بعد الغداء – من الساعة 15 حتى 18

المساء المبكر – من الساعة 18 حتى 21

المساء المتأخر – من الساعة 21 حتى 24

الليل – من الساعة 24 حتى 3

وهناك أيضاً مفهوم (الوقت الرئيس) ويستمر بالنسبة للإذاعة من السادسة صباحاً حتى الثامنة صباحاً، بالنسبة للتلفزيون يبدأ من 19.30 حتى 23.00.

إن هذا التقسيم الشرطي يسهل كثيراً عملية التخطيط، لذلك لأن كل وقت يناسبه حجم معين من وقت الفراغ لدى الجمهور والاستعداد السيكولوجي

الخاص. تخصص البرامج الصباحية قبل كل شيء لمن يعمل أو يدرس في الفترة الثانية، ولربات البيوت والمتقاعدين، لذلك تحدث في هذه الساعات إعادة البرامج المسائية التي أذيعت في اليوم السابق، ووقت الغداء كوقت الصباح ويعود في أكثره للإذاعة، بالرغم من أن الكثيرين يشاهدون التلفاز.

وبعد الغداء يستمع للاذاعة ويشاهد التلفاز جمهور الأطفال على الأغلب لذلك يتم ارسال برامج الأطفال في هذا الوقت. إن جمهور الوقت المسائي المبكر يتمتع بطبيعة مختلطة، فالحصة الكبرى من البث تتألف من البرامج الإخبارية والاجتماعية والثقافية التنويرية.

إن جزءاً كبيراً من الجمهور يعود إلى المنازل في الساعة السابعة أو في السابعة والنصف مساءً تقريباً وتبدأ البرامج الأساسية (الرئيسية) في التلفاز أما وقت الليل فيعود مرة أخرى إلى الإذاعة.

ويفرقون بين الجداول البرامجية (الثابتة) التي فيها تمتع العناوين كلها بتوقيت محدد بدقة لخروجها على الهواء، وباستمرارية محددة أيضاً، وبين الجداول (المرنة) التي تفترض التوقيت القاسي المثبت للخروج على الهواء للعناوين الثابتة الأساسية مثل (نشرات الأخبار) مثلاً.

ويتألف الجدول الثابت من السهل والأسهل على المستمعين للإذاعة وعلى مشاهدي التلفاز الاسترشاد بناء على جدول البرامج، واختيار البرامج التي تتجاوب مع مصالحهم واهتماماتهم.

وإن نقص البرمجة (الثابتة) أو القاسية المتشددة يكمن في أنها تؤدي أحياناً إلى (استهلاك) العناوين، وإن العنوان المعلن عنه في البرمجة (الثابتة) يجب أن يكون على الهواء حتماً بغض النظر عن نوعية مواده، وهذا يؤدي أحياناً إلى انخفاض مستوى البرنامج. أما الجداول (المرنة) للبرمجة فتنشط الجمهور، وتفرض عليه البحث عن برامجه وهذا يعني تقدير مايقدم له، وتقدم الجداول (المرنة)، إمكانيات

أوسع كذلك للمبرمجين مخلصة إياهم من عدد كبير من المحدوديات لكن لها نواقصها التي تنبع من أن الجدول (المرن) يتطلب مهارة استثنائية من المبرمجين والتنظيم الدقيق لحلقات الانتاج كله وفي الوقت نفسه تصعب استدلال الجمهور على البرامج.

لذلك نرى أنه في ممارسة الإرسال لا توجد جداول (ثابتة) و (مرنة) خالصة، إن كل خدمة برامج تسعى فقط إلى الاقتران الأفضل بينهما، وهذا مهم كي يكون البرنامج (القناة) مستقراً، من جهة، ويجب أن يقدم للصحفيين إمكانية الاستجابة السريعة بما يكفي للأحداث المهمة وليقدم الصحفي دائماً شيئاً جديداً لجماهيره من جهة ثانية.

إن العناوين الأساسية كلها في البث الإذاعي والتلفازي تتمتع لذلك باليوم عادة وبزمن خروجها على الهواء وتستمر لعدة سنوات. وهذه العناوين مثلاً برامج التلفاز المركزي الثابتة نشرة الأخبار و الاستيديو رقم 9 ومثل عناوين المذياع: آخر الأخبار، صباح الخير. عند وجود بث متعدد القنوات يعد توافق القنوات أي الإخراج المنسق بين القنوات الصفة الهامة لجدول البرامج.

ويبرزون مبدأ القنوات المتنافسة عندما تكون البرامج المثبتة في آن واحد بقناتين أو بعدد من القنوات وكأنها تتصارع فيما بينها، في سبيل كسب الجمهور ومبدأ التكاملية المتبادلة للقنوات، عندما تتباين البرامج المثبتة في آن واحد على الهواء بالاعتماد على أنها وجهت إما إلى نماذج مختلفة من الجماهير (مثلاً للأطفال أو البالغين) وإما لبث الحاجات المتنوعة (مثلاً الريبورتاج الرياضي والمسرحية).

المبدأ الأول يرفع من فاعلية برنامج واحد وحجمه، لكنه يضعف فاعلية القنوات، والإرسال معاً، ويؤدي إلى رتابة البرامج وإلى هيمنة الأجناس المسلية والمبسطة. أما مبدأ التكاملية المتبادلة فيعطي إمكانية لتلبية كاملة أكثر لمختلف اهتمامات الجماهير، ويفترض ضرورة التباين الكافي بين البرامج.

وهكذا، إن جرى الحديث عن أي نوع كان من التخطيط فلا بد من تمييز أنواع برامج أخرى في كل حالة، وإن تصنيف البرامج يخدم هذا الهدف.

2.أسس تصنيف البرامج :

يمكن تصنيف البرامج بطرق مختلفة، وكل شيء يعود إلى الجانب الذي يؤخذ منه كمعيار أو مقياس للتقسيم، ويفرقون الجوانب التالية أكثر من غيرها: من أوجد البرنامج (المصدر)، هدفه (وظيفته)، الموضوع، الطريقة الإبداعية، الشكل، والعنوان.

1.التصنيف من حيث المنطقة الإدارية:

تقسم البرامج حسب المصادر إلى برامج عامة ومحلية (برامج العاصمة وبرامج المدن، والمناطق، وغيرها).

ومقياس التقسيم في هذه الحالة هو في أي هيئة إذاعية وتلفزيون تم إنتاج هذا البرنامج وإلى أي إقليم يتم بثه؟ إن هذين الجانبين مهمان عادة، لأن هيئات الإذاعة والتلفز تحدث حسب المؤشر المخصص الإداري،لكنهما يستطيعان أن لا يتطابقان، وهكذا، إن البرنامج المعد من قبل الاستيديو المحلي والبث على برامج البث المركزي يعد في الوقت ذاته محلياً (من حيث المصدر) وعاماً شاملاً (من حيث المنطقة التي يبث إليها). تعد البرامج المعدة من قبل الإذاعة العامة أو التلفاز المركزي خصيصاً لهذه المنطقة أو تلك حالة خاصة.

2_ التصنيف من حيث الوظيفة (الهدف):

بناء على الوظائف (الأهداف) تقسم البرامج إلى عدة أنواع:

-الصحيفة-الإخبارية- الاجتماعية:

التي وظيفتها الأساسية هي إبقاء الجمهور على إطلاع على الأحداث الجارية وتكوين الرأي العام، وهي النشرات الإخبارية آخر الأخبار في الإذاعة أو الأخبار في التلفاز، ومناقشة القضايا السياسية العامة الملحة.

-التنويرية:

هي التي توسع رؤية الجمهور وتساعد المدرسة (المتوسطة والعالية) والتي تعطي التعليم الذاتي، وهي البرامج التي تبسط المعارف العلمية أو التي تعلمها، وبالتالي تسمى البرامج العلمية- المبسطة أو التعليمية، والبرامج التي تبسط العلوم عن الفن مثال علم الفن، وعلم المسرح وغيرهما قد حصلت على تسمية البرامج الثقافية-التعليمية.

-الفنية:

هي التي تعد الوظيفة المعرفية والتربوية والجمالية من وظائفها الرئيسية وبناءً على تناسب هذه الوظائف في العمل الفني والأدبي تقسم إلى البرامج الفنية والتربوية (المسرحيات ذات المواضيع والأفلام أو حفلات الموسيقا الجدية) والفنية أ-المسلية (الأفلام البوليسية- والميلودراما والحفلات الموسيقية الحديثة) أي الغنائية.

-الرياضة:

وهي نقل المباريات الرياضية والألعاب والمسابقات التي لا تكون وظيفتها تربية الشجاعة والإقدام وحب الرياضة لدى الناس فحسب، بل تكون وسيلة

للراحة والتسلية، وتبرز بشكل خاص البرامج المسلية مثل الألعاب والمسابقات.

- الإعلانية:

وهي البرامج التي في معظمها تكون الترويج للسلع والخدمات الجديدة.

3ـ التصنيف من حيث المواضيع:

إن المواضيع والقضايا للبرامج الإخبارية – الاجتماعية تتباين بالتناسب مع المجالات الأساسية للحياة المحيطة، ونشاط الإنسان فكل منها يتناسب مع فئة اجتماعية معينة، وهي السياسة (الداخلية والخارجية)، والانتاج والأيديولوجيا، والقنون، والأخلاق، والفن، والعلوم والتعليم والحياة العامة، أو الحياة الخاصة (الحب الأسرة، تربية الأطفال، والحياتية (الضمان الاجتماعي)، والرياضة والطبيعة، وهناك برامج ذات مواضيع متشابكة.

إن التصنيف من حيث الموضوع للبرامج التعليمية والتنويرية تتناسب مع المواد العلمية التي تتحدث عنها، ومن المتبع إبراز العلوم العامة والعلوم الطبيعية والعلوم الإنسانية.

وتقسيم الأعمال الفنية إلى تاريخية في أكثرها لأنها تبرز ضمنها التاريخية و الثورية (عن الثورة والحرب) والوطنية والحربية، (عن الحرب العالمية الثانية)، والمعاصرة.

4. التصنيف من حيث الأنواع :

تقسم البرامج حسب نوع الإبداع (أي حسب الأسلوب الأساسي لعكس الواقع وتصويره) إلى الأنواع التالية:

-الوثائقية والتسجيلية:

التي تنسخ نتاجات الفن والأدب الاجتماعي ومختلف المشاهد، مثل : نقل المسرحيات والمهرجانات الخطابية والمسابقات الرياضية التي تخبر عن الوقائع وتعلق عليها مثل ريبورتاج من الورشة أو من الحقل أو من المسرح أو من الملعب، وبخلاف النقل إنه يفترض وجود التعليق الكلامي، وإن هذا النوع من البرامج يتطابق جزئياً مع البرامج الإخبارية والاجتماعية، لكنه يستخدم بشكل واسع في أقسام وظيفة أخرى من البث، مثلاً، إن بث المسرحية هو برنامج وظيفي-فني، ومن حيث نوع الإبداع هو وثائقي وتسجيلي.

-الوثائقية والتحليلية:

هي البرامج المكرسة لتأويل القضايا وتحليلها، مثلاً كلمات رجال السياسة الكتاب والعلماء، والمناقشات والأحاديث حول الطاولة المستديرة).

-الوثائقيي-الفنية :

هي البرامج (أو الأفلام) التي فيها المواد (الحقائق والأحداث والأبطال) موثقة، ولا يتم تنفيذها في أكثر بالوسائل الأدبية، وهي مثلاً، التحقيق الإذاعي أو المقالة الهجائية، وإ تركيب السرو لا يأتي بعد موضوع الأحداث، ويظهر في البرنامج المحاور بشخصيات، ويمكن الحديث هنا عن درجة معينة من تصنيف الظواهر والناس.

- الفنية:

وهي المسرحيات والأفلام والمخرجة بناءً على الرسائل، وعلى تسجيلات الجلسات وعلى البروتوكولات، إنها مبنية على الوثائق لكن لا يتم تأويلها فقط بل يعاد بعثها بالوسائل الفنية مثلاً، الدراما الوثائقية السادس من تموز ' أو عملية اتحاد الشركات.

الفنية الروائية المبنية على الخيال الأدبي أو الفني، وهذا أكثر أنواع البرامج الفنية انتشاراً إن خصائص كل نوع من هذه الأنواع للبرامج تكون واضحة في المثال التالي.

لنفترض أنه من الضروري إضاءة مسابقات بكرة القدم في البرامج الإذاعية التلفازية، أولاً، يمكن إجراء ريبورتاج لإحدى المباريات، وهذا يكون برنامجاً وثائقياً تسجيلياً، وثانياً، يمكن جمع اللاعبين والمدربين والمعلقين الرياضيين في هيئة التحرير وراء طاولة مستديرة، ومناقشة القضايا والمسائل التي تهم المشجعين كلهم وسيكون هذا برنامجاً وثائقياً – تحليلياً، يمكن ألا يركز الانتباه على مباراة محدودة أو على مسائل تطوير كرة القدم، بل على الرياضيين إظهار نماذج اللاعبين والمشجعين، وإن هذه الوظيفة تحققت مثلاً في فيلم الوثائقيين المصريين كرة قدم بدون مباراة ونسمي هذا البرنامج أو الفيلم " برنامجاً فنياً وثائقياً، وأخيراً، يمكن أن يكرس لكرة القدم ولاعبيها فيم روائي أو مسرحية، أي البرنامج فني و روائي.

5ـ التصنيف حسب الأجناس:

جنس البرنامج هو أبسط نماذجه الذي يتصف بالخصائص المضامينية والتركيبية والأسلوبية الثابتة، والجنس هو الشكل الأول أما البرنامج فهو تنفيذ له، وإن تحديد الشكل وتنفيذه يتمتع بأهمية مبدئية، وإن الجنس بالنسبة للمشاهد أو المستمع هو القواعد التي بناءً عليها يبنى البرنامج ويليه استيعابه، فإن كان في البرنامج الوثائقي أحد الأشخاص يطرح الأسئلة، والثاني يجيب عنها، فإننا نحكم

على البرنامج حسب قوانين المقابلة، وإن كانوا على درجة واحدة من الأسئلة والأجوبة فإننا نعد هذا الحوار نقاشاً.

تعود لأجناس في التلفاز والإذاعة تاريخياً إلى الأجناس الصحفية والأدبية والسينمائية والموسيقية وغيرها، وترى ذلك من خلال أسماء الأجناس مثلاً التحقيق الإذاعي، والتحقيق التلفازي). ومع تطور الإذاعة والتلفاز فإن الأجناس المستعارة من قبلهما اكتسبت خصائصها الفريدة.

ماهي إذاً الأجناس والأشكال التي تكون القناة الإذاعية أو التلفازية ؟ قبل كل شيء هي نشرات الأخبار، وتسمى في الإذاعة "آخر الأخبار" وتبث على الهواء عشر مرات على القناة الأولى وتصل إلى 48 مرة على قناة "ماياك" وإن لنشرة الرئيسية في التلفاز المركزي تحمل اسم "فريميا" والأخرى "الأخبار"..

إلى جانبها تتضمن كل قناة تلزيونية وإذاعية محلية نشراتها الإخبارية وإن أجناس موادها الأساسية هي : الأخبار والمقابلات، والريبورتاجات القصيرة.

إن المجلات التلفازية والإذاعية التي تخرج على الهواء وبشكل دوري مرة واحدة في الأسبوع ومرة في الأسبوعين ومرة في الشهر مكرسة للتغطية التفصيلية الأكثر لبعض مجالات الحياة، وهي "البانوراما الدولية" و "الحياة الموسيقية"، و"من المكتبة" في التلفاز المركزي أو الزمن، الأحداث، الناس" و "سفر الحياة الثقافية" في الإذاعية المركزية وكل برنامج (مجلة) مؤلف من مواد من مختلف الأجناس.

وإن كان الحدث والموضوع أو القضية يتمتع بأهمية اجتماعية مهمة وكبيرة ولا يمكن أن تكون مكشوفة بالكامل خلال 5-10 دقائق في "صفحة" المجلة يكرس لها برنامج خاص، ويمكن أن يكون هذا البرنامج معتمداً على مختلف الأجناس، أما الريبورتاج المباشر فعندما يصبح الجمهور كأنه شاهد على الحدث الجاري، وأما حديث مقابلة، مؤتمر صحفي، مناقشة) أو في التلفاز فيسمى، الفيلم الوثائقي.

والأشكال الأساسية للتلفزيون والإذاعة الأدبيين- الفنيين هي المسرحيات والحفلات (وفي التلفاز – الأفلام ويمكن بث المسرحيات والحفلات مباشرة من المسرح أو قاعات الحفلات. يسمى هذا بالنقل المباشر، ويمكن أن تبث من الاستيديو – من مكان مجهز خصيصاً لذلك. وبما أن إمكانيات التجهيز لمتطلبات الإذاعة الخاصة أو التلفاز تتوسع في هذه الحالة فإن هذا النوع من البرامج نسميه التكييف.

وأخيراً، تنتج في التلفاز والإذاعة والمسرحيات والحفلات والأفلام الخاصة بها. وإن أكثر الأنواع الدرامية المنتشرة هي: القصص البوليسية، الأسفار العائلية (مثال، "جيراننا)، وتحويل الأعمال الأدبية الكلاسيكية إلى أفلام (أبناء القهر، وورود في تربة مالحة، الفصول الأربعة، وغيرها).

ومن بين الأجناس الموسيقية –عرض المنوعات الموسيقية، مثلاً "الشعلة الزرقاء" في التلفاز المركزي أو (دو-ره-مي-فا-صول)في الإذاعة.

ويمكن أن تكون برامج أيتها الفتاة، لوتو الفنانين" و تحية للمهرجان" مثالاً على المسابقات.

وتتوحد البرامج بعنوان عام واحد، مثال، الجامعة والمجتمع" و نادي الجولات السينمائية" وعالم الحيوان".

إن كانت هذه البرامج مرتبطة ببعضها كالمقالات في مجلد فهي دورة برامج، وإن كانت لديها بداية واحدة على شكل موضوع عام، وأبطال فهي سلسلة. وإن كانت تشكل مشاهد لعمل أدبي واحد فهي مسلسلات، أي برامج متعدد الحلقات (أو فيلم)

6ـ التصنيف حسب العنوان :

بناء على الجمهور الذي يوجه إليه البرنامج يتم تحديد البرامج الجماهيرية المخصصة للجميع، والبرامج المتخصصة الموجهة لفئات محددة، لجزء من الجمهور الشبان، والنساء، وسكان الريف، والجنود وغيرهم.

وإن كانت البرامج الجماهيرية الموجهة إلى الأطفال والبالغين بآن واحد فإن المتخصصة توجه فقط للبالغين _ إليكم أيها الوالدين) أو للأطفال من هذه الفئة العمرية أو تلك مثال، تُصبح على خير ياصغيري (التلفاز المركزي)، (الإذاعة للأطفال الصغار – لما قبل سن الدراسة المنبه) والخ.

الفصل العاشر

خصائص التخطيط لقنوات التلفاز والإذاعة المحليين



الفصل العاشر

خصائص التخطيط لقنوات التلفاز والإذاعة المحليين

1.دور البث الحي ووظيفته :

تعمل في سورية إلى جانب التلفاز المركزي الإذاعة العامة، فهما يبثان برامجهما من دمشق إلى أنحاء البلاد جميعها شبكة متشعبة للتلفزيون المحلي والإذاعة المحلية. وتشرف على عملها الهيئات المناسبة الخاصة بالإذاعة والتلفاز التابعة لوزارة الإعلام في الجمهورية وللجان التنفيذية في المؤسسات الإعلامية.

ماهو الدافع لإحداث التلفاز والإذاعة المحليين؟

وحددت وثائق وزارة الإعلام في السنوات الأخيرة في قراراتها "حول الصحافة السورية" المتخذ على تقارير مقدمة من القائمين على العملية الإعلامية عن مهام الصحافة المحلية على الشكل التالي:

يجب أن تأخذ صحافة المدن والمناطق بالاعتبار القارئ الجماهيري حصراً. لذلك عليها أولاً، أن تكون حيوية وشعبية، وثانياً، أن تصور على صفحاتها وتعكس حياة العمال والفلاحين ومختلف الشرائح الاجتماعية". وفي الوقت الراهن حددت الوثائق برامج حول برنامج الصحافة المحلية هذه الموضوعة:

إن مهمة الصحيفة المحلية وصحافة المحافظات الرئيسية تتألف من جذب جماهير العمال والفلاحين إلى العمل العام لبناء الحياة السياسية والاقتصادية.

وتستطيع الجريدة القيام بهذه المهمة عن طريق توضيح المصالح المحلية وإضاءتها للجماهير المستخلصة بدورها من المصالح الحكومية العامة عن طريق وضع مهامحلية محددة أما السكان المحليين".

وإن ضرورة تنفيذ هذه المهام كانت مشروطة أيضاً بظهور التلفاز المحلي والإذاعة المحلية. ومع أخذ إمكانيتها وخصائصها بعين الاعتبار، إن الدولة

و ،لحزب يطرحان أمامها متطلبات أن تكون إضافة متممة للبث المركزي بتدعيمه بالمواد المحلية وبالاضاءة على الحياة السياسية والثقافية والاقتصادية في البلاد بمختلف المناطق، والدعاية لتجربة الروا في مجال الصناعة والزراعة، وبتربية الحب في المناطق والاهتمام بتاريخه وثقافتها، والتعريف بثرواتها الطبيعية.

مهما كان إمكانيات البث المركزي هائلة فإنه لا يستطيع أبداً أن يحل بالكامل محل التلفاز ذاعة المحليين. فهما استمرارية طبيعية وعضوية للبث المركزي لديهما، كما هي الحال لدى الصحاف المحلية، والأفضلية أنهما يتوجهان إلى جمهورهما الأضيق، انطلاقاً من الحقائق والوقائع المحلية المرتبطة مباشرة بالحياة اليومية والتي غالباً ماتكون مكان اهتمام ليس غير. وتظهر اللجان الإعلامية اهتماماً فائقاً بالتعزيز اللاحق وتطوير القاعدة التكنولوجية للإذاعية والتلفاز المحليين.

ففي السنوات الأخيرة اللجان التنفيذية في المناطق اتخذت قرارات حول إجراءات في مجال تطوير التلفاز وتحسينه في ماطقها في الوقت الراهن.

وهكذا اتخذ قرار في تقوية البث التلفازي في الشمال الشرقي من البلاد ببناء برج تلفزيوني مع مجموعته التكنولوجية ويبلغ ارتفاعه 350 متراً وذلك على حساب مشاركة وزارة الإعلام العملية، الأمر الذي يسمح بوضع محطة تقوية جديدة.

وبمساعدة هذا المجتمع يستطيع سكان المدن والمناطق القريبة الموجودة في منطقة نصف قطرها 120 كم حول مركز المنطقة أي نحو ثلثي السكان في الحد الأوسطي مشاهدة ثلاث قنوات تلفزيونية. وفي أقرب وقت سوف تتوسع شبكة الخطوط الإذاعية داخل المنطقة. وهكذا إن سكان المنطقة كلها سوف يستطيعون مشاهدة قناتين للتلفزيون بالألوان. إن كل هذا يتطلب أسلوباً مسؤولاً بالتعامل مع تخطيط البرامج المحلية وبرمجتها.

2. تخطيط القنوات المحلية:

إن التخطيط لعمل الاستوديوهات المحلية للإذاعة والتلفاز له عدد من الخصائص الجوهرية. فاليوم أصبح متوفراً استقبال قنوات الإذاعة والتلفاز المركزي في أنحاء البلاد جميعها تقريباً. لذلك إن مهمة البث المحلي، دون نسخ القنوات العامة الشاملة، استعراض حياة الإقليم والمنطقة، ومساعدة الأجهزة الحكومية في عملية تجهيز الناس لحل هذه المسائل أو تلك.

وفي الوقت نفسه كانت الاستديوهات المحلية مدعوة للاهتمام بأن يكون عمل مواطنيها الأكثر قيمة بين ما يتوالد أثناء الصراع في سبيل التنفيذ الناجح لخطط الدولة في متناول البث المركزي ويزداد أكثر فاكثر.

وعند التخطيط لبرامج التلفزيونات المحلية والإذاعات يحصل على الأهمية الكبرى التنسيق بينها وبين القنوات المركزية.أشارت وثائق وزارة الإعلام إلى الأهمية العظمى، التي تمتع بها مسائل رفع المستوى الفكري، والتنسيق والعمل المستعجل لوسائل الإعلام الجماهيري والدعاية ذات النموذج الواحد إلى كبير، لكنها لها مستويات مختلفة.

والتنسيق المتقن بين القنوات المركزية والقنوات المحلية وإيجاد المكان الخاص على الهواء يعد مهمة من مهمات رفع فاعلية البث الإذاعي والتلفازي وتأثيرها وطريقها الوحيد إلى المشاهدين والمستمعين.

وحل هذه المسألة متعلق في كثير من جوانبه بظروف عمل البث الإذاعي والتلفازي المحددة وبإمكانيته وشروطه، وبالطبع، بمستوى القيادة من قبل الأجهزة الحكومية المحلية. لقد تراكمت في مختلف مناطق البلاد تجربة هامة وقيمة في مجال تخطيط عمل البث الإذاعي والتلفازي المحلي وتنسيقه وبرمجته مع القنوات المركزية. وبغض النظر عن الإختلافات والخصوصية لهذه التجربة أصبح من الممكن إبراز الشيء العامالذي يكمن في أساس التخطيط.

تتوجه مثلاً، إلى تجربة هيئة حلب. إن نشاطها في الاتجاه الذي يعنينا يعد في كثير من جوانبه مؤشراً وأنموذجياً.

يوجد في محافظة حلب التي تعد واحدة من أكبر مناطق البلاد الصناعية والثقافية جمهور محتمل كبير من المشاهدين والمستمعين، عيش هنا أكثر من 2.5 مليون نسمة لديهم نحو مليون جهاز تلفزيون وتقس العدد من النقاط الإذاعية ونحو مليوني جهاز راديو وتشكل البرامج المحلية في التوسط اليومي في الإذاعة ثلاث ساعات وفي التلفاز 4 ساعات. ويتنامى الاهتمام بالأخبار السياسية والاقتصادية والثقافية المنقولة عن طريق البث التلفازي والإذاعي المركزي والمحلي باستمرار.

ولقد أكدت الدراسات الاجتماعية لجماهير المشاهدين والمستمعين التي أجراها قسم الإعلام في جامعة دمشق أن المشاهد يريد تملك قناة متكاملة وليس متقطعة للتلفزيون المركزي.واعترض العلماء على حالات مخالفات الاستديوهات المحلية لنقل القناة الأولى المركزية، والاستبدال الكيفي لبرامج التلفاز المركزي.

وبعد دراسة نتائج الدراسات الاجتماعية ويرى المشاهدين والمستمعين أن القناة الأولى التي يستطيع مشاهدتها 98٪ من سكان المنطقة قد أضحت تخلو من البرامج المحلية. وأصبحت الآن بالكامل قناة للتلفزيون المركزي.

وتقدمت بعض اللجان الإعلامية في حلب واللجنة التنفيذية باقتراحات لتوسيع دائرة المستقبال الأكيد للقناة المحلية الثانية.

وفي الوقت نفسه تحسن التخطيط لها.ولهذا الهدف كان من الضروري قبل كل شيء إجراء إعادة بناء جوهرية في التنظيم الذي هدف إلى تركيز جهود الصحفيين وتوحيدها.

وتنحصر المسألة في أن جهود مندوبي هيئة حلب كانت قد بدت كما هي الحال في الهيئات المحلية الأخرى. لقد عمل أربعة صحفيين في هيئة تحرير أخبار الإذاعة المنطقية، ونفس العدد في هيئة تحرير أخبار التلفاز.

وكان في حلب مراسلان اثنان:

أحدهما يعد المواد للإذاعة المركزية. والثاني يعدها للتلفزيون المركزي، وغالباً ما كان يسرع مندوبو آخر الأخبار الإذاعية لتغطية الأحداث ذاتها إضافة إلى مندوبي أخبار التلفاز ومراسلي الإذاعة المركزية والتلفاز المركزي.

وللحد من هذا التبديد للقوى والوسائل أحدثت في حلب هيئة تحرير أخبار رئيسية وإعداد لمواد البث التلفازي رئيسة موحدة، وتعززت بصحفيين أكثر خبرة وتأهيل. وسمح هذا بإذاعة نشرتي أخبار في التلفاز وثلاث نشرات في الإذاعة يومياً. عدا ذلك تبث مرتين في اليوم استعراضات الصحف المحلية في الصباح "الجماهير".

إن استعراض الصحف المحلية يعد مصدراً إضافياً للمعلومات والأخبار لذلك إن كانت الأخبار المنطقية تبث على القناة الإذاعية المحلية في الساعة 6.30 صباحاً، فاستعراض الصحف المحلية يبث بعد ساعة بالضبط.

وإن الكثير من العاملين الذين لم يستمعوا إلى الأخبار المحلية، يستطيعون الاطلاع عليها عن طريق استعراض الصحف.

وفي التلفاز تفتتح القناة بنشرة أخبار واحدة "الأخبار" والثانية تبث قبل البدء بعرض الفيلم الروائي، أو المسرحية أو الحفلة الغنائية.

وإن مشاركة كل فريق عمل الهيئة الرئيسية في إعداد المواد للبث المركزي قد أعطت إمكانية تحسين إضاءة على حياة الناس في محافظة حلب في برنامج "الأخبار" وفي نشرات الأخبار "آخر الأخبار".

وقد أثبتت تجربة عمل الهيئة الرئيسية الواحدة للأخبار جدارتها. وباقي هيئات البث الإذاعي والتلفازي توحدت أيضاً في أسام بنيوية موحدة: الهيئة العامة للبرامج الفنية – الأدبية، الهيئة العامة لبرامج الشبان واليافعين والأطفال.

وترأس الصحفيون الشبان النشيطون وأصحاب المبادة أقسام الجديدة هذه.

إن مثل هذه البنية قد أتمت في نهاية عام 2001. وتحسن التنسيق بين البرامج الإذاعية والتلفازية، وتسمح الأقسام الإبداعية الكبيرة في هيئات المناطق بالاستخدام الأكثر عقلانية للوسائل المادية، والتكنولوجية وبالمناورة بحرية أكثر بالكوادر. وفي هيئات التحرير كلها، أولاً، ظهرت إمكانية التخطيط الشامل الموحد للبرامج الإذاعية والتلفازية.

وساعد هذا على التخلص من التوازي والنسخ في الكشف عن هذه من المواضيع أو تلك. وتسمح الخطط الموحدة (الواحدة) لهيئات التحرير باتباع خطوط موضوعية رئيسية بصورة هادفة الاتجاه في التلفاز والإذاعة مع أخذ كل وسيلة من هذه الوسائل بعين الاعتبار.

وثانياً، نشأت نتيجة تحرير وحدات الملاك بعد توحيجها إمكانية إداث بدلاً من القطاعين الضعيفين للإخراج هيئة عامة للبرامج..ودخلت فيها بالدرجة الأولى هيئة إعداد البرامج وهيئة الإخراج.

إن كل هذا سمح بتحسين التخطيط للبرامج، وبالتنسيق بين الإذاعة والتلفاز المحلي والمركزي، وبين الإذاعة والتلفاز.

إن رئاسة هيئة حلب وغيرها من الهيئات حصلت على إمكانية التعرف مسبقاً، قبل شهر مما كان عليه في السابق، بتحليل أسبوع البث حسب الأيام وفي الوقت المناسب استبعاد البرامج ذات الموضوع الواحد في التلفاز والإذاعة.

إن كانت الخطط الأسبوعية في مجال مناقشة البرامج تجري في السابق بشكل مستقل في الإذاعة والتلفاز، فإنها الآن موحدة ويشارك فيها أعضاء الهيئة كلهم وهذا يسمح بمناقشة الإرسال الأسبوعي على مرونة أكثر ومن جوانبه جميعها وبتنسيق عمل الجلسات وتخفيض عددها مرتين الأمر الذي لا يقل أهمية عن غيره.

بعد الاعتماد على الهيئة العامة للبرامج وبعد تحسين التخطيط والبرمجة اضحى من الممكن التخلص من نسخ البث المركزي من قبل الإذاعة والتلفاز المحليين. وهكذا إن البرنامج الدائم المحلي "القانون والإنسان" الذي ينسخ عملياً برنامج "القانون والإنسان" في التلفاز المركزي كان متغيراً بشكل جذري.

فبدلاً من مناقشات المواضيع التي يجريها رجل القانون في التلفاز المركزي إن استديو تلفزيون حلب أضحى يبث أجوبة رجل القانون على الرسائل المحددة من المشاهدين وعلى الأسئلة ذات الطابع القانوني. واشتهر البرنامج بسرعة

فكان الاستديو يتلقى بعد كل برنامج مئات الرسائل من المشاهدين، وإن سيل الرسائل إلى هيئة تحريره أدى إلى ضرورة إحداث برنامج جديد في استديو حلب بعنوان "نجيب على رسائلكم" الذي كان رئيس اللجنة التنفيذية للمنطقة أو نوابه أو رؤساء المؤسسات والأقسام في النطقة يجيبون على أسئلة المواطنين.

وكانت -لدى كل مشاهد- الفرصة متوفرة للاتصال بالبرنامج وتوجيه الأسئلة عبر الهاتف أثناء بث هذا البرنامج.

ونذكر أن الإذاعة والتلفاز يجب عليهما التأثير بفاعلية أكثر وأكثر على تكوين الأيديولوجية الوطنية وتكوين علاقة مسؤولة بالعمل والأخلاقية العالية لدى المواطنين السوريين وإظهار أفضلية نمط الحياة المدني-الحضاري بوضوح وفضح مؤامرات الداعية الصهيونية الأمريكية بحزم والنضال ضد التراجع عن معايير الأخلاق الوطنية والقومية.

وتضع هيئات الإذاعة والتلفاز المحلية الخطط المستقبلية بعيدة المدى والفصلية التي تفترض الكشف الواضح البليغ عن هذه المواضيع. وإن هذه الخطط، كقاعدة، ينظر بها من قبل لجان هيئة التحرير في الأقاليم والمناطق. وتناقش هذه اللجان التوجيهات الشهرية للأخبار السياسية والاقتصادية والثقافية في التلفاز والإذاعة وكل هذا يساعد الصحفيين المحليين على التنفيذ الناجح للمهام الملقاة على عاتقهم.

وتظهر خصائص التخطيط للبرامج المحلية بالدرجة الأولى في تنسيق توقيت خروجها على الهواء باعتبار توقيت البرامج المركزية.

إن الهيئات المحلية تملك كقاعدة، حجماً ليس كبيراً من البث الخاص بها،

لكن هذا الوقت لا يستغل دائماً بعقلانية وإتقان.

ابتداءً من الساعة 19 إلى 20 يمكن للناس أن يكونوا أمام أجهزة التلفاز، لذلك من الأفضل بث البرامج الإذاعية في الساعات الصباحية وساعات الظهيرة.ومع أخذ هذا كله بالحسبان، إن الهيئة العامة للبرامج في حلب نقلت عدداً من البرامج من التوقيت المسائي إلى النهاري.

وهكذا تبدأ في الساعة العاشرة و 35 دقيقة النشرة الإضافية أخبار المنطقة" وجريدة المذياع "رسائل المحافظات" تبث نهاراً عندما تكون فرصة الغداء في المصانع والمناجم وورشات البناء.

يجب على خصائص التخطيط للبرامج المحلية أن تكون مشروطة بتكوين الجمهور. وإن غياب البرامج الموجهة لعناوين معينة والمخصصة لجزء محدد من الجمهور هو نقص جدي في البث المحلي.

مثال، يعمل في منطقة حلب ألوف السائقين، وفي أكثر السيارات توجد أجهزة راديو، وهذا يعطي إمكانية التحدث إلى السائقين في اليوم المحدد والساعة المحددة عن عملهم وحياتهم، وتذكيرهم بقواعد السير، وتقديم اغان حسب

طلباتهم. وهناك إمكانية إدخال برامج مخصصة كذلك للمتقاعدين وربات البيوت وغيرهن من فئات الناس. وهذه البرامج يمكن أن تبث في الوقت الأقل كثافة للاستماع ومفعولها سيكون في حده الأقصى. نرد على ذلك بأن الممارسة أثبتت أن البرامج المخصصة في التلفاز المحلي تحقق نجاحاً كبيراً.

ويشترك في المناقشات والجلسات العلماء والمدرسون في جامعات حلب ومعاهدها والقادة الحزبيون والقادة الاقتصاديون. إن هذه الجلسات للمعارف الاقتصادية تعمل بنجاح في الوقت الراهن وبمساعدة منهجية من قصر الثقافة في المنطقة.

وتعد المشاركة النشطة في التطوير اللاحق للمسابقات الإبداعية، والتحرك نحو علاقة مسؤولة بالعمل، وفي الدعاة للتجارب الرائدة والمبادرات والتجديد لدى فرق العمل والعمال، والعمال الزراعيين والمثقفون، واحدة من المهام الأساسية للبث الإذاعي والتلفازي المحلي. وإن العديد من هيئات الإذاعة والتلفاز في المدن والمناطق تنظم بإتقان هذا العمل بتنفيذها المطلب الموضوعي القائل:

"في سبيل أن يمارس عدد أكبر – قدر الإمكان- من العاملين بين الجمهور ومع الجماهير وفي الخضم الحقيقي للحياة تصوير تجربتهم".

ويعدون في استديوهات التلفزيونات والإذاعات المحلية البرامج المخصصة للعمال الاختصاصيين في هذا الفرع أو ذاك من فروع الاقتصاد الوطني.ويتجمع في المكاتب التكنولوجية وفي القاعات وفي وقت معين العمال والتقنيون والمهندسون أمام أجهزة التلفاز ويشاهدون برامج الجديد في التكنولوجيا وعناوين التجربة الرائدة وغيرها. وتحدث عامل في مصنع صناعة الألبسة الجاهزة في أحد البرامج عن أهمية التخزين الذي عاد بالوفر على المصنع بآلاف الليرات.

وبعد الإعلان عن الطريقة الجديدة للتخزين استخدم في مصانع أخرى وازداد الربح الفعلي عشرات المرات. وعموماً لقد بلغ حجم الربح نتيجة للفاعلية

الاقتصادية من جراء إدخال تجربة الرواد التي جرى الحديث عنها في البرامج التلفازية خلال الخطة المعلنة من قبل المصنع نحو 30 مليون ليرة.

3ـ برامج البث المحلي:

إن وضع البرامج الإذاعية والتلفازية المحلية يتم بالمبادئ بنفسها التي تعتمد في برمجة البث المركزي. فيجب أن تجد مختلف الأجناس والأشكال مكانها في برنامج البث خلال اليوم.

ولابد من إدخال البرامج الإخبارية التي تقدم الأخبار عن عمل المواطنين إلى البرامج إضافة إلى عرض الأشرطة السينمائية الوثائقية والروائية والمسرحيات والحفلات الموسيقية التي تطلع الناس على منجزات الثقافة العربية- والإنسانية متعددة الألوان والبرامج الرياضية.

وإلى جانب ذلك إن وضع البرامج المحلية له عدد من الخصائص. مثلاً، يمكن مخالفة مطلب التنسيق بين البرنامج المحلي والمركزي بأن تلغي عملاً هائلاً في مجال البرمجة التي تجري في المركز، وأن تؤدي إلى تشويه الذوق لدى المشاهد، والمستمع، وإلحاق الضرر بأنواع أخرى لوقت الفراغ الثقافي. لنقل، إن استديو محلي للإذاعة "يغلق" لأجل برامجه الاقتصادية الخاصة البرامج الموسيقية الخاصة في الإذاعة المركزية.

وهذا سيء بخاصة في الصباح، عندما يكون الأثير مليئاً بالبرامج الخصوصية والمستمعون بحاجة للموسيقة الجيدة التي تحمل الحيوية قبل بدء يوم عمل جديد.

وهكذا، إن خصوصية وضع البرامج المحلية تنحصر في أنها يجب أن تكمل البث المركزي بالوقائع المحلية، وبالمواد المحلية، دون أن تخالف بنية برامج الإذاعة والتلفاز المركزين.

ولا وجود لمنهجية موحدة أو واحدة لتحقيق ذلك.

ويكون الصحفيون المحليين أنفسهم قادرين أحياناً على إعداد مثل هذا الموضوع، إليكم مثلاً، البرنامج التلفازي "تصبحون على خير ياصغار" يبدء هذا البرنامج في دمشق يومياً في الساعة 8:15 مساءً ويربي هذا البرنامج لدى الصغار الانضباط والدقة المتناهية في المواعيد.

لكن هذا البرنامج لا يستطيع الناس جميعهم مشاهدته في كل مكان. ومن المهم في هذه الظروف أن يظهر الاستديو المحلي الاهتمام بالأطفال منذ وضعه البرامج محلية. ففي التلفاز المحلي يبث منذ سنوات وفي التوقيت نفسه، 20:15، على الهواء برنامج "من اجلكم أيها الصغار".

وبرامج مشابهة نجدها لدى الاستديوهات التلفازية الأخرى. عند سير البرمجة الإذاعية والتلفازية المحلية من المهم أخذ خصوصية أخرى وبعين الاعتبار.إن الاذاعة والتلفاز المحليين يعملان في المناطق حيث الكثيرون يعرفون بعضهم البعض. لذلك إن الأحاديث كالإذاعية التلفازية عن رواد الانتاج، والحديث المباشر والصريح اولئك يخالفون مبادئ مجتمعنا والانضباط في العمل يعملون بشكل سيء يكون لها فاعلية وأثر كبيران، وأثر تربوي لا يقارن بشيء آخر.

ويعاد الاهتمام الكبير بقنوات هيئات الاذاعة والتلفاز في المرحلة الراهنة.

وتكرس لهذا الهدف البرامج الثابتة: "الناس، السنوات، اللقاءات"، "الأصدقاء، -المتنافسون"، "مدرسة مهارة الناجح"، "ثروة روحية"، "العالم في عيون السوريين".

إضافة إلى ذلك لقد أدخلت هيئات إذاعات وتلفازات من بعض البلدان العربية وحلب من نموذج المجلة السينمائية العامة "القتيلة". ويسمى في القناة المصرية الثانية (شعب وثقافة). إن كل برنامج يتألف من أربعة إلى خمسة محاور تسلط على

سوء الإدارة والتبذير وسرقة وقت العمل وغير ذلك. ويبنى البرنامج على أساس وثائقي، وله عنوان ملموس (هدف).

وفي كل حلقة من حلقات هذا البرنامج يطله المشاهدون على الإجراءات المتخذة بناء على ماحدث في الحلقة السابقة من "شعب وثقافة". وحقق البرنامج انتشاراً واسعاً بسرعة كبيرة. أعطى تقويماً ايجابياً وتقديراً إيجابياً للجنس الساخر بعد أن نظر في مسألة "حول البرامج النقدية للتلفزيون" "وشعب وثقافة".

وفي الوقت نفسه طالب القائمون على هذه العملية، من لجان المدن، والمناطق واللجان التنفيذية في المدن، وإدارات المناطق، والمنظمات القاعدية الاجتماعية، والنقابية، والشبابية والأجهزة الاقتصادية الاستجابة بسرعة لانتقادات التلفاز في المناطق وإعلام الأوساط الاجتماعية عن الإجراءات الحكومية في الوقت المناسب.

وعند التخطيط للبرامج التلفازية والإذاعية والمحلية لابد من تذكر المشاهدين والمستمعين في الريف.

إن ظهور أعداد كبيرة من النقاط الإذاعية والأجهزة الإذاعية والتلفازية في القرية قد ساعد في عملية إلغاء الفوارق الجوهرية بين المدينة والقرية. وقد أظهرت الدراسات الاجتماعية أن سكان الأرياف يقضون ثلاثة أخماس أوقات فراغهم في منازلهم. وإن مشاهدة البرامج التلفازية تشكل نصف أوقات فراغ سكان المناطق. وبفضل التلفاز يحصل الناس اليوم على الأخبار كلها السياسية والاجتماعية في أبعد المراكز السكانية في البلاد بشكل واضح ومعبر الوقت بنفسه مع سكان العاصمة والمدن الكبرى الأخرى.

وقدم التلفاز والإذاعة لسكان الريف ظروفاً متساوية مع سكان العاصمة في مجال تبادل القيم الفنية والأدبية. وإن القرى والبلدات حصلوا على إمكانية الالتقاء يومياً، وهم أمام شاشات أجهزة التلفاز بأكبر رجالات العلم والثقافة والأدب والفن.

وإن التلفاز والإذاعة يجذبهم أفضل الأدباء والفنانين يقدما سلسلة من البرامج المعرفية: "صداقتنا مع الموسيقا"، "كل شيء عن الرقص"، "التعرف إلى الأوبرا"، "بانوراما السينما"، "الفنان" وغيرها.

ويشع بفائدة مثل هذه البرامج المشاهدون والمستمعون في الأرياف خاصة مثلاً، عند إجراء دراسات اجتماعية إن الجزء الأكبر من المشاهدين في الأرياف يفضلون البرنامج التلفازي "صداقتنا مع الموسيقا"، مشيرين إلى الإطلاع على أسرار الفن الموسيقي كحسنة رئيسية من بين هذه الحسنات.

وتحتل مكاناً رائداً في توجيه المشاهدين البرامج التي تلبي حاجاتهم الانفعالية والجمالية (المسرحيات التلفازية الغنائية والموسيقية ونقل المسرحيات). ويشاهدها بانتظام أكثر من 60٪ من سكان الريف.

وإن الصحفيين والمخرجين بأخذهم الأهمية التربوية والانفعالية للمسرحيات بعين الاعتبار يبحثون عن المادة الأدبية والدراما لإنتاج المسرحيات الإذاعية والتلفازية التي تتحدث عن معاصرينا. وإن عرض مسرحيات الفرق الفنية الشعبية والبرامج الاحتفالية ونقل المسرحيات من المسارح والريبورتاجات المباشرة من المتاحف والمعارض وتقديم الشاشة التلفازية لكبار الأدباء والفنانين. إن أهمية هذه البرامج كلها من الصعب تقديرها بالنسبة لسكان الريف. فالشاشة التلفازية المنزلية اليوم تكاد تكون المصدر الرئيسي للاطلاع البصري، والتعرف على المزارعين والقيم الروحية.

فإن كان المزارع يستطيع تعويض النقص بالمعلومات بفضل الإذاعة والصحافة والأدبيات الخاصة، فإن النقص في المعلومات الانفعالية والجمالية غالباً ما لا يستطيع التعويض عنها بأي شيء آخر سوى التلفاز.

وللبث الإذاعي بالاستديو دور مهم في تقريب المستويات الثقافية بين المدينة والقرية. وبامتلاك الصوت المتبادل يسمح للمستمع بالوجود في حفلات الأوركسترا السيمفونية وفي مسارح الأوبرا والباليه والكوميديا الموسيقية دون الخروج من منزله

وليس مصادفة أن يسمي المستمع الإذاعي البث الإذاعي بالستيريو الإذاعي. وإن برامج المذياع الستيريو في بعض المدن السورية تشكل ثلاث ساعات يومياً

ومع توسيع مناطق استقبال البرامج التعليمية في التلفاز المركزي نشأت ضرورة تغيير البث المحلي بعض الشيء.

وهكذا إن استديو التلفاز السوري يقدم برامج تعليمية للطلاب الدارسين بالمراسلة وفي الفترات المسائية من أكثر من عشر سنوات كما يقدم برنامج تعليمية للطلاب في الجولان المحتل. وإن هذا الاستديو بالذات كان يبث ولسنوات عديدة البرامج الشهيرة 15 دقيقة بالانكليزية. ومع ظهور البرامج التعليمية في التلفاز المركزي أخذت اللغة الانكليزية والفرنسية الآن تشغل في القنوات التلفازية عدة ساعات بث في الأسبوع.

لكن الأخبار المحلية، والأخبار العامة، والبرامج التي تتحدث عن سير المسابقات الإبداعية في المصانع والمؤسسات الأخرى، والتحقيقات حول المشاهير من الناس، والبرامج التي يشاركفيها الكتاب والممثلون المحليون تبقى برامج ذات شعبية كبيرة كما كانت في السابق. إن كل هذا يتحدث عن أنه بغض النظر عن التطور عن تطور التلفاز المركزي والإذاعة المركزية وعن أن تغطية جزء كبير من البلاد وثلاث قنوات للتلفزيون المركزي أن البث الإذاعي والتلفاز المحليين يحافظان على أهميتها ويستمران بدورهما المهم في تنفيذ المهام المطروحة من قبل الدولة أمام نظام وسائل الإعلام الجماهيري والدعاية.

وإن هذه المهام كلما تحققت بصورة أنجح فستكون عملية إظهار المكانة في نظام البث المحلي أوضح، ومثلها الإمكانية المميزة وسوف تزداد هذه الإمكانات أكثر بالعلاقة بآفاق التعزيز اللاحق للقاعدة التكنولوجية للتلفزيون والإذاعة المحليين، وبتعميم تجربة نشاطهما ليس في المرتبة الأخيرة فحسب ؟، بل بتحسين عملية التخطيط لهما وبرمجتهما.

الفصل الحادي عشر
التخطيط في نظام عمل التحرير



الفصل الحادي عشر

التخطيط في نظام عمل التحرير

الفئة –الشريحة– الأهم في الصحافة - تحقيق النتيجة ومايرتبط بها من فاعلية وتأثير الفعل الدعائي والإعلاني والتنظيمي للصحافة على الجمهور بدرجة أقل تتوقف على طبيعة وطرق تخطيط نشاط جماعة التحرير والكتابة.((18))

في السنوات الأخيرة تشغل مسائل التخطيط مركز اهتمام مجموعة من الباحثين والكثير من المجموعات العاملة في مجال التحرير نتيجة للدراسات النظرية والأوضاع التحريرية المحددة في صحافتنا وصفت وتأكدت من خلال الممارسة والتطبيق عناصر جديدة في التخطيط مثل التخطيط الطويل الأجل والجداول- المخططات الشبكاتية، والتخطيط للبرامج الهادفة وغير ذلك.

بالإضافة إلى ذلك كما يحصل ذلك عادة فإن دراسة ووضع أسس اتجاهات جديدة للتخطيط حتى اليوم لم تحصل على تحليلات استقرائية، الحديث يدور حول المسائل الشرطية كخصوصية التخطيط الصحفي ومضمونه الوظيفي الهدفي وبنية عملية التخطيط ومجموعة أخرى غيرها. يكون من الظلم القول بأن العمل في تحسين التخطيط يثبت بصورة عشوائية غير أن مستوى التنبؤات المعللة نظرياً في هذ المجال غير كاف. إن التخطيط في الصحافة كما هو معروف يعد شكلاً لطريقة تحديد أهداف النشاط وطرق تحقيقها وهو الشيء الملازم للمجتمع الحديث.

إن التعبير الأكثر امتلاءً ونضجاً وجد من جانب طريقة التخطيط في الميدان لاقتصادي- الاجتماعي نظرياً يتجلى في زيادة الأجل الطويل وآفاق الخطط وفي علاقة أكثر وثوقاً بين القرارات الحالية ومهمات الغد.

جميع هذه الصفات تجلت بوضوح في العقود الأخيرة في تخطيط هذه الجوانب أو تلك من النشاط الاجتماعي وفي توسيع مجالات فعل الخطط التنموية وتحولاتها

إلى خطط التطوير الاجتماعي الاقتصادي وفي العمل الخلق وتحقيق خطط التطور الاجتماعي في السنوات اللاحقة.

جميع هذه الصفات تجلت بوضوح في العقود الأخيرة في تخطيط هذه الجوانب أو تلك من النشاط الاجتماعي وفي توسيع مجالات فعل الخطط التنموية وتحولاتها إلى خطط التطوير الاجتماعي في السنوات اللاحقة.

ودون التوقف بالتفصيل عند الطرائق القائمة للتخطيط الاجتماعي سننوه إلى أن أهمية كبيرة هنا تكتسبها عوامل مثل التعبير الأكثر امتلاءً في البرنامج المطروح للاحتياجات الاجتماعية ومصالح الناس والقياس الدوري المنتظم على أسس علمي للعوامل الاجتماعية التي تدخل في التخطيط واستعمال التقاليد التي تبرز كخبرة موفقة للنشاط العلمي في الماضي. ففي ظل صحة الاستشهادات الاستقرائية تتحقق (سلسلة) للتخطيط. الهدف المعمم- نظام من طرائق الفعل الملموسة المحددة - نتيجة معممة، بما يضمن مستوى حديث لبرمجة التطور الاجتماعي.

إن وصف عملية التخطيط في المجتمع الحديث وكذلك خصائصه في مجالات متنوعة في الواقع ضرورية، وفي الواقع الحالي، من أجل تحديد أدق وأملاً للتوصيفات الجوهرية وخاصة للتخطيط الصحفي. ففي ظل كل هذه الخصوصية يعد جزءاً من نظام التخطيط في دولتنا، ويحمل في داخل ملامح عامة بالنسبة لمجمل الظاهرة كلها. وأكثر من ذلك فإن التخطيط في الصحافة استدعته الطبيعة التخطيطية لمجتمعنا. وبالتالي فإن التخطيط في بنية العمل والنشاط في الصحافة يتوقف على ظرفين اثنين: وعلى تأثير الخصائص العامة لنظامنا الاجتماعي وعلى المهمات الخصوصية للإدارة الاجتماعية.

لقد كان تطور الصحافة مرتبطاً دوماً بتنشيط دور التخطيط كوسيلة لتنظيم العمل الدعائي – الاعلامي والتنظيمي – مع تعاظم حجم المعلومة المخططة

وصفاتها النوعية وإعداد الوثائق التخطيطية الخاصة. فبسياق تطور صحافتنا كان يحصل ربط أكثر وثوقاً للتخطيط الصحفي مع تخطيط الأجهزة الحزبية والحكومية والمرافقية الأمر الذي وجد تعبيره في التزام هذه الأجهزة بتقديم المعلومة التوجيهية والاستعلامية للطبعات اللازمة والتأكيد على أهم الوثائق التخطيط والإشراف على تنفيذها.

إن تخطيط العمل الصحفي - هو عبارة عن مفهوم واسع بما فيه الكفاية، إنه يشمل أيضاً تخطيط الصحافة بصورة إجمالية وبعض أجزائه (مجمل نظام وسائل المعلومة الجماهيرية والدعائية، ونظام المطبوعات وغيره). وهنا تقضي الضرورة الإشارة إلى أن ليس جميع الاتجاهات ومجالات التخطيط الصحفي جذبت اهتمام وانتبه الباحثين. إن نواة هذه العملية تتجلى في تخطيط عمل الجماعة - طاقم التحرير-. هذا العنصر في التخطيط الصحفي أكثر تطوراً وهو مرتبط بصورة أكثر امتلاءً بتحقيق وظائف الصحافة وأهدافها الاجتماعية النهائية. فالملامح الجوهرية الأساسية لهذه الظاهرة هي مادة دراستنا وبحثنا.

ففي المقاربة الأولية تبرز عملية التخطيط في أسرة التحرير أمامنا كأداء منطقي متسلسل للمراحل التالية:

الحصول على المعطيات المقحمة من الناشر إلى فترة زمنية محدودة. دراسة مصادر أخرى من المعلومات.

استجرار المعلومات التمهيدية والمحددة الضرورية لاستقراء عمل طاقم التحرير وذلك من إجمالي المصادر.

دراسة النموذج الإعلامي الوقائي طبقاً للقواعد والمعايير القائمة، حيث تكدس المعطيات حول المضمون المستقبلي للصحيفة أو المجلة، الإذاعة أو البرنامج التلفزيوني مع الإشارة إلى النتائج المتوقعة. تثبيت النموذج في وثائق محددة.

غير أن من الخطأ التقيد فقط بهذا الأمر. فبعد تثبيت نتائج التخطيط في الوثائق اللازمة يبدأ نشر المعلومات الموجودة فيها في عرض مزدوج ثنائي: في نظام خطط الصحيفة المكرورة بالنسبة للوثيقة الأصلية الصادرة، هذه الخطط المنشورة في الزمان و المكان (خطة مستقبلية شهرية اسبوعية خطة العدد_ خطة الصفحة)، وكمعلومات على صفحة الجريدة المباشرة، في سياق هذا النشر تبرز واقعية الاستقراءات والتنبؤات الخططية، في هذا الصدد تظهر ضرورة الإشراف على تنفيذ الخطط والتصحيح وتحليل نتائج تنفيذ الخطط. هذا العمل من ناحية يمثل جزءاً من نشاط أسرة التحرير- طاقم التحرير- بصورة عامة ومن ناحية أخرى يعد جزء لاشك فيه وبصورة أدق يعد نتيجة للتخطيط. تبرز عملية التخطيط أمامنا كنشاط وعمل في مجال التنظيم العمل الإعلامي الدعائي أما مراحل التخطيط فتبدو كالتالي: الإشراف على تنفيذ الخطة_تصحيح على معطيات جديدة تمهيدية من الناشر.

بهذا الشكل تحمل عملية التخطيط طابعاً مغلقاً حلقياً.

يبدو من الضرورة إبراز التخطيط الأساسي والتخطيط العلمي. الحديث دور في هذه الحالة عن نقطتين اللأكثر جوهرية والمرتبطين من حيث السبب في سياق التخطيط- حول نقطة الإحصاء ونقطة التقارب الأكبر للخطة مع مضمون الصحيفة وبالمقابل يمكن التحدث عن الخطة الأساسية في الخطة العلمية (المستقبلية- الأسبوعية، الأسبوعية- خطة الصدد وما شابه ذلك). بتفحص محتوى عملية التخطيط في تحديد المضمون المستقبلي للصحيفة ونتائج تأثيرها على الجمهور. تمثل عملية التخطيط سياق تحديد أهداف وطرائق فعل المطبوعة في القياس المؤقت المحدد (مجموعة أعداد) والمكاني (ورقة الجريدة) أما وظيفة التخطيط فتتجلى في إحداث نموذج المطبوعة الإعلامي المحدد بأطر مكانية زمانية.

إن مضمون عملية التخطيط شأنه شأن مضمون النموذج الإعلامي لمطبوعة ينفتح عن طريق الأهداف الملازمة إيجابياً للتخطيط الصحفي. من المعتاد الحديث عن 3 أهداف للتخطيط: الهدف الاجتماعي للتخطيط فيلخص في ضمان تأثير المطبوعة على القراء، هذا التأثير الذي يتوافق تماماً مع تأثير نظام الإدارة بصورة عامة والناشر تحديداً.

الهدف التواصلي للتخطيط يتلخص في إنجاز العلاقة التناسبية الضرورية للمادة وطرائق التعبير الصحفي عنها والتأثيرات الجماهيرية.

مايتعلق بالهدف الثالث للتخطيط الصحفي فإنه يؤمن الفعل المتوافق مع الأهداف الاجتماعية التواصلية من جانب أسرة التحرير. وقبل كل شيء يعد وجود المعلومة الضرورة المسبقة التي تقود عملية التخطيط شرطاً لنجاح تحقيق أهداف التخطيط. إن عملية التخطيط هي نتيجة الفعل المتبادل لتدفقين مهمين جداً من المعلومات الصادرة عن ذات الإدارة (الناشر تحديداً) وعن موضوع الإدارة (عن الجمهور) أي عن الواقع الاجتماعي. الفعل المتبادل المعني بالأمر (في ظل الدور المحدد للتدفق الأول) يحققه بصورة هادفة طاقم التحرير. فهو يتعامل مع معلومة اجتماعية غير متناسقة. تعطي طلبات الناشر موقفاً أصلياً لعمل طاقم التحرير وتصحح بصورة نظامية هذا العمل.

هنا فإن أي معلومة إدارة يجب أن تناسب مع الجوانب المحددة لتخطيط وأن تجد الانعكاس في النماذج الإعلامية الخصوصية للخطة.

طبقاً لهذا الامتلاء لعملية التخطيط يعكس النموذج الإعلامي خصوصية المادة الاجتماعية الموجودة فيه. فالمعلومة الاجتماعية التي تؤدي دورها في سياق التخطيط تمتلك أهدافاً متنوعة وطبيعة مادية مختلفة. كل ذلك يجب أن يجد تعبيره في بنية النموذج المعلوماتي للمطبوعة وإلا فإن هدف التخطيط لا يكون محققاً

المضمون التواصلي لعملية التخطيط تمتلك كما سبق وذكرنا درجة أقل من الحركة والتبدل والتقلب باعتباره يعكس الخصائص الثابتة والقوالب القديمة للعمل. إنه يؤدي دوره كنموذج محدد يتكون من طرائق التعبير الصحفي للأفكار والطرائق الممكنة لتحقيق الآثار الجماهيرية، هذه الطرائق التي تميز الصحافة عموماً والمطبوعة المعنية. يمكن للنموذج أن يشمل القاطع الزمني كله بصورة عامة، ومقطع منه ونظام المواد في العدد والنص الصحفي مستقلاً.

يتجلى النموذج في تلك المؤشرات مثل حجم وعلاقة مواد الموضوع المحدد وطرائق معالجة الموضوع (الحملة، النقاش وغيره) والبناء التأليفي للعدد ووسائل الأداء الجدولي للصحيفة وأساليب النصوص للتأثير على الجمهور وغير ذلك. هذه المؤشرات تشكل نظاماً معيناً يشير إلى الوسائل المثلى للنشاط.

إن تنوع أنماط أهداف التخطيط يسمح بالمقاربة من مسألة الوصول إلى نتيجة التخطيط. يمكن القول بأن نتيجة التخطيط تتجلى في إحداث مثل هذا النموذج الإعلامي الذي وبصورة أفضل يتوافق مع أهداف العمل. الحديث يدور قبل كل شيء حول ضرورة اعتبار مجموعة الطلبات التي تنبع من وحدة أهداف المطبوعة وعلاقتها المتبادلة في سياق التخطيط. ليس نادراً مايحصل في الممارسة الصحفية أن يضطر المرء لأن يجابه حالة عندما لا تتأمن هذه المقترحات الفكرية الموضوعية أو تلك بطرائق دقيقة ومثمرة كلها على صفحة الجريدة، حينما تستبدل المقاربة التحليلية بالمقاربة الإعلامية، حينما يتعرض النقاش الناشب فجأة للانهيار بعد مادتين أو ثلاث مواد بسبب عدم دراسة سيناريو هذا النقاش. إن تناسب أهداف التخطيط يمكن أن يكون موصوفاً في حجم متنوع وبدرجة متنوعة من التحديد المادي الملموس في خطط أسرة التحرير. أكثر الأحيان وبتفصيل أكثر يبحث البرنامج الاجتماعي للخطة، غير أنه أثناء تنفيذ هذه البرامج أو تلك يصبح حتمياً اعتبار جوانب التخطيط الأخرى.

في ظل هذه المقاربة لا يجوز عدم اعتبار مثل هذه الخصوصية التأسيسية للتخطيط مثل طبيعته الاحتمالية. هذه الخصوصية تتجلى بصورة مختلفة في هذه المراحل أو تلك من التخطيط، لكنها موجودة دوماً. أولاً: تقلب الحالات الملموسة يجر وراءه متغيرات في الامتلاء الملموس للمؤشرات الخططية، وثانياً: يقدم الواقع دائماً للصحفي إمكان الاختيار من جملة الوقائع والحالات من جملة الوقائع والحالات والظواهر المختلفة من حيث الصفات.

مايخص الجانب التواصلي للتخطيط فنحن هنا نواجه أيضاً ظرفين اثنين: أولاً: لا توجد علاقة صارمة أحادية المعنى بين الطبيعة الاجتماعية للنص وأشكال تحقيقه، ثانياً: يمكن القول الشيء ذاته حول نتيجة تأثير الصحافة على الجمهور. (لنقل، ملاحظة صغيرة يمكن أن تثير مثل هذا التأثير وامتلاك مثل هذه الدلالة بالنسبة للجمهور والتي لا تحققها نحن باستخدام مايغري من الوسائل الصحفية المجربة: مسألة الصراع، شخصية المادة واسم الصحفي وغيرها).

مايتعلق بالجانب التنظيمي للتخطيط فنحن هنا أيضاً نواجه مجموعة من العوامل التي يصعب إخضاعها للتسوية القاسية. غياب الزمن الضروري لدى الصحفي، وعدم رغبته بمعالجة هذا الموضوع بكامل القوة يمكن أن ينعكس على طبيعة المادة المحضرة. نظراً للظروف المماثلة يبرز إمكان وجود مجموعة من الاحتمالات المتعلقة بالخطط الصحفية الملموسة. فالممارسة تبين بأن ظروفاً كهذه تبرز في أغلب الأحيان في المستوى المتوسط للتخطيط، في مستواه العالي (التخطيط الطويل الأجل والمستقبلي) ولمقاربة المعممة تجاه النموذج المستقبليللمطبوعة تقوم على الخصائص التأسيسية الأكثر عمومية في الواقع وعلى مهمات نظام الإدارة وخصائص الإبداع الصحفي. في المستوى المتدني والمنخفض للتخطيط يحقق أداء الصحفيين للمهمات المدرجة في الخطة مثل هذه الدرجة حينما تختفي من حيث الواقع. إمكان الحل الاحتمالي للموضوع.

فالطبيعة الاحتمالية للتخطيط تقود إلى ظهور إلى ما يمكن تسميته بالمعلومة الصحفية الزائدة. إن عدداً كبيراً من المواد التي أحياناً لاتذهب إلى الصفحة في الجريدة، ضروري من أجل تأمين تغيير الطبيعة الاجتماعية والتواصلية أو التنظيمية في عمل المطبوعة.

فالطبيعة الاحتمالية للتخطيط إجمالاً في الصحافة ترتبط بجوهر هذا النوع من النشاط المعلوماتي ذاته وبطبيعة المعلومة الاجتماعية التي تدو فيه.

ففي كل ما سبق يحمل تخطيط عمل هيئة التحرير طابعاً مستقراً بصورة كافية، وينتظم بصورة دقيقة.

أولاً: يتوضح ذلك في أن معظم التبدلات الممكنة لا تنعكس على النشاط الإعلامي الدعائي، وبالتالي لا يقحم في سياق التخطيط. ثانياً: أثناء التخطيط يؤخذ في الحسبان فقط ليس المؤشرات التي هي جوهرية وضرورية بالنسبة لعمل لصحفيين. إن ثبات الخطط يختلط مع ديناميةِ تطور المحتوى الملموس.

تعد الفاعلية أحد أهم اللحظات المهمة في التخطيط الصحفي. من الضرورة الإشارة مباشرة إلى أنه طالما أن عملية التخطيط معقدة ومتعددة الدرجات.

يمكن التحدث عن فاعلية كل درجة من درجاته. مايتعلق بفاعلية النموذج الإعلامي للمطبوعة، فإنها تتلخص في درجة توافق النتائج المفترضة والواقعية للعمل. إن ضرورة التصحيحات المحددة في سياق تحقيق أهداف التخطيط لا يعطي أبداً إمكان إنجاز الفاعلية المتساوية للوحدة. بالإضافة إلى ذلك عند التنظيم الصحيح للتخطيط يوجد حد أعلى عدد للتصحيحات الممكنة من المؤشرات التخطيطية. أما درجة الحاجة إلى كل منها فيمكن أن تحدد في سياق التحليل النوعي. يؤكد هذا الأمر الممارسة المعاصرة التي أبداً لم تتحقق لتحديد فاعلية التخطيط في هيئات التحرير، حيث يتم العمل فبالتخطيط على مستوى عال بما فيه الكفاية مع كل تعدد أنماط تصحيحات خطط مستوى تحقيقها أي أن الفاعلية تشكل 0. 6- 0. 8 إذاً ماقبلنا بالتوافق الكامل عن الوحدة الواحدة.

إن تحليل الخصائص الجوهرية للتخطيط في التحرير يسمح بالنظر في المسائل المتعلقة برفع فاعلية النوع المعني من النشاط الصحفي على هذا الأساس. عندنا نستطيع الاعتماد على ممارسة عمل التحرير الذي يتحقق فيه أو يوجد فيه مرحلة التحقق الكثير من الحلول المثيرة للاهتمام.

كما سبق وذكرنا آنفاً يعد التخطيط من حيث مضمونه وطبيعته عملية إدارية إعلامية. إننا إذ نقوم بتخطيط الدعاية للمبادرات الإنتاجية أو طرح مشكلات التربية الأخلاقية، نعرض بذلك (وأحياناً نعلن) تحقيق التأثيرات الواقعية للفعل.

والأكثر من ذلك، أثناء التمهيد للمواد النقدية أو أثناء إجراء المناقشات تطرح نتائج عددية محددة (أجوبة المنظمات، الحصول على رسائل القراء ذات المضمون المحدد).

نظراً لذلك ينتظر في المستقبل تخطيط ليس فقط نشاط الطبع، بل ونتائج هذا النشاط. إن الحل الجزئي لهذه المسألة ممكن في اتجاهين اثنين: يمكن توسيع وتحسين المؤشرات التي يجري التخطيط لها نوعياً على حساب مجموعة نتائج العمل الصحفي الخاضعة للتوصيف الكمي (ردود على حركات نقدية في الصحيفة). إن إدخال هذه النقطة في خطة الصحيفة من شأنه أن يحتاج إلى رقابة نظامية على الفاعلية وأن يسمح بالكشف عن الفاعلية الحقيقية للنقد العملي في الصحيفة وتخطيط في حال الضرورة إجراء تتعلق برفعها. من الجدير أيضاً بالذكر إمكانيات التأثير على بريد التحرير. تستطيع الصحيفة افتراض حصولها على عدد معين من الردود على أفعالها وتخطيط رفع حصتها من الحجم العام للبريد وتحقيق رد فعل هذه الشرائح الاجتماعية- المهنية أو تلك من القراء.

التخطيط الثاني لتوسيع مجال النتائجية مرتبط بإدخال التخطيط البرامجي الهدفي. فالتخطيط الذي يستخدم بصورة واسعة في السنوات الأخيرة في ميدا الاقتصاد يجد تطبيقه الأكثر إدراكاً أيضاً في تنظيم عمل وسائل الإعلام الجماهيري والدعاية. نؤكد على الأكثر فهماً وإدراكاً طالما أن عناصر نوع كهذا من التخطيط

تحققت سابقاً في ممارسة التحرير. الآن تجري ملاحظة السعي لاستيعاب كامل الميكانيكية البراجية والهادفية والظاهرة الأكثر وضوحاً في التخطيط البراجي الهدفي تتجلى في ما يسمى بالأفعال الصحفية. توجد أنواع مختلفة من الأفعال من الأفعال قصيرة الأجل التي تعالج مسائل محدودة ملموسة وحتى الأفعال الطويلة الأجل المتعلقة بالموضوع المعقد للتأثير المصاغ. مثل هذه البرامج الهدفية تعالج عادة مسائل في الميدا العملي للحياة الاجتماعية يعتقد بأن إمكانيات التخطيط البراجي – الهدفيلا تنضب بذلك. تكتشف في العمل الصحفي دائماً إمكان خلق برامج هدفية ترمي إلى دراسة أماكن المرض المحددة في الوعي الاجتماعي. بحكم محليتها والدرجة الكافية من العمل الإداري يمكن لنتائج تحقيق مثل هذه البرامج أن تثبت بصورة كافية وواقعية (عن طريق استطلاع الخبراء، استطلاعات الرأي العام وغير ذلك). بالإضافة إلى ذلك حتى في ظل الفهم الإعلامي العادي لأهداف التخطيط فإن إقحام برامج هدفية يسمح بتأكيد أهداف عمل الصحيفة والمزج بتفصيل أكثر في هذا البرنامج الجوانب الاجتماعية والتواصلية والتنظيمية في التخطيط.

إن صعوبة وتعقيدات عملية التخطيط، وخصوصية كل مرحلة منها تحتاج من منظميه توضيحاً كخصوصيات كل مرحلة ولظروف أدائها الأمثل. يحتاج المنظم المعاصر للعمل الإعلامي الدعائي للصحيفة إلى امتلاك المعارف المتعلقة بعلم الاستقراء ومنهجية التخطيط. مثال: الفشل في أداء وتنفيذ خطط الصحيفة يفسر أحياناً بوجود نقاط ضعف المؤشرات الموجودة فيه: من حيث الحجم يمكنان تتجاوز إمكانات الطبع والدخول في تناقض فيما بينهما (عنوانا لموضوع واحد).

يطلب من تنظيم التخطيط في الصحافة الحديثة المتطلبات التالية: يجب أن يكون التخطيط في الصحافة وفي أية مرحلة مدروساً كجزء من البرنامج الإيديولوجي العام للأفعال. يجب أن تكون خطة التحري انعكاساً كاملاً للدور الاجتماعي المطبوعة في نظام الإدارة وأن يمثل برنامجاً ناضباً من الأفعال. إن أي

خطة يجب أن تتوافق من حيث الطبيعة مع الأهداف الموضوعة أمام المطبوعة في هذه اللحظة وكذلك مع الطرائق والأساليب الممكنة لتحقيقها.

يجب أن يكون نظام مؤشرات التخطيط كافياً من أجل انعكاس مضمونه، وفعالاً من وجهة نظر الرقابة على أدائه.

يجب أن تكون عملية التخطيط مؤمنة في جميع مراحلها بتدابير محددة وملموسة. يتطلع التخطيط المعاصر إلى تقوية نزوع النموذج الإعلامي الكامن فيه. إن الحاجة إلى النظرية -النزعة تجد تعبيرها في جوانب مختلفة للتخطيط: في السعي لتوحيد الاتجاهات الفكرية الموضوعية المختلفة للمطبوعة بمقاربة واحدة (وجه الصحيفة)، في إحداث البرامج طويلة الأجل في العمل التي تحدد لفترة طويلة ملامح الصحيفة، وفي إقامة نظام خطط يضمن الانتظامية والتلسل في الانتقال من النماذج المستقبلية إلى النماذج المحددة والعملياتية الجارية. تجدر الإشارة بصورة خاصة إلى أن المطبوعات المعاصرة تسعى إلى نزوع اجتماعي، بحيث تمثل برامجها مساهمة كاملة في تحقيق مهارات الإدارة.

إن السعي نحو النزعة والاتجاه تطرح مع ذلك مجموعة كاملة من المشاكل أمام منظمي التخطيط في الصحيفة. إن وضع اتجاه للمطبوعة يحتاج على تصور معمق حول النزعة الإيديولوجية العامةوحول الاتجاهات الأساسية لقيادة العملية وأهدافها ومضمونها. إن مثل هذه المعلومة الوصفية التوجيهية الإرشادية ترد إلى الصحفيين في سياق تحقيق القيادة المهنية للصحافة. ولذلك فإن تصورية (نزعانية) التخطيط قبل كل شيء تتوقف على فاعلية القيادة المهنية. في الوثائق الحزبية للسنوات الأخيرة كان يؤكد مراراً على ضرورة المقاربة العلمية الأكثر تعمقاً تجاه هذه المشكلات، كما لوحظت أشكال في القيادة مثل الإعلام الدائم للتحرير في الاتجاهات الأساسية للنشاط ومناقشة الحملات الإعلامية الدعائية الأكثر أهمية وغير ذلك. يعتقد أن في هذا المجال يوجد أيضاً احتياطات، حيث من شأن استخدامها أن يسمح بربط أكثر امتلاءً لخطط نشاط الطبع بخطط نظام الإدارة

بصورة عامة، للأسف مثل هذه الوع من المعلومات في المستويات المحلية لا ترد دائماً إلى الأجهزة الصحفية أو ترد في صورة متفرقة غير هادفة ومتكيفة قليلاً بالنسبة للجريدة. هذا بالمناسبة ينعكس بصورة مباشرة على التخطيط الطويل الأجل لنشاط وعمل الفرق الصحفية.

فالتخطيط طويل الأجل يمكن أن يلعب دوراً كبيراً في نشاط جهاز التحرير وهو الآن يحمل أكثر الأحيان طابعاً تقريبياً، يفسر ذلك بغموض التصورات حول أهداف وطرائق تحقيق الخطط الطويلة الأجل وكذلك وتصور المعلومة الترجيهية من هذا النوع. إن وضع الاتجاه –النظرية – الطويلة الأجل للمطبوعة لا يستطيع أن يوصل فقط إلى خصائصه الداخلية (نظام العناوين، النموذج، التأليف – البياني وغيره) بدا بحكم العلاقة المتبادلة أهداف التخطيط يحتاج هذا الوضع أيضاً إلى دراسة دقيقة لجميع جوانب نشاط المطبوعة.

تبقى مسألة استقرار التخطيط وتحقيق الدرجة الأكبر للنيات وعدم التبدل مسألة حادة بما فيه الكفاية. في السنوات الأخيرة، في مجموعة كاملة من المطبوعات تمارس بصورة واسعة مثل هذه الطريقة من الحل الجزئي - مثل الخطط –البيانات الشبكية. إن إحداث شبكة دائمة من إحداثيات الطابع الاجتماعي – التواصلي يسمح في ظل إختيار صحيح لها بتحقيق نموذج من الأداء أكثر ثباتاً للمطبوعة، هنا، بالمناسبة نواجه مشكلة عامة بالنسبة لعملية التخطيط –ضرورة إخراج مثل هذه النظام من المؤشرات الذي من شأنه أن يعكس خصائص المعلومة التي تحمل في وثائق المطبوعة التخطيطية. القضية هي أن مقاربة التخطيط في المطبوعات وهيئات التحرير، حيث اليوم متشابه أحياناً مع مقاربة إحداث مواد حقية، في هذه الأنواع من الإبداع والتأليف توجد فوارق نوعية من أهمها أن النموذج المعلوماتي الإعلامي للمطبوعة يعبر إلى حد كبير عن الجانب الإداري للعمل الصحفي. هذا النموذج يجب أن يفهم بمعنى واحد، وأن يتضمن أيضاً هدف وطريقة تحقيقه، وأن يمتلك بارامترات نوعية وكمية، فالنظام القائم بهذا الشكل لمؤشرات التخطيط.

إذ تمتلك درجة محددة من الحرية أي إذ تعد بذلك عن الجانب الإحتمالي للتخطيط يجب أن تمتلك في الوقت ذاته خصائص توجيهية الطابع.

مثل هذه المقاربة مهمة للغاية بالنسبة مهمة للغاية بالنسبة لفهم مثل هذه المرحلة المسؤولة في التخطيط مثل الإشراف على تحقيق الخطة واختبار تنفيذها بصورة إجمالية.

يجب القول بأن هذه هو القطاع الأكثر صعوبة والغامض الآن في العمل التحريري. أولاً، مؤشرات الخطط متكيفة بصورة سيئة بالنسبة للتحليل العددي.

ثانياً:غير موجودة من الناحيى العملية نماذج دقيقة للتقييم النوعي لتنفيذ الخطة وترجمتها إلى اللغة الكمية، عندما يدوّون الحديث في اجتماع خاطف عنهذه المادة أو تلك، فإنه دوماً يوجد أساس موضوعي من أجل تحديد نوعيته، للأسف إن مثل هذه الطرائق الموجههة إلى كم هائل من المعلومات لا تتميز بصدقية الإستنتاج طالما يوجد فوارق بين التوصيفات النوعية، لنفترض التحقيق الصحفي الإشكالي وممارسة الحملة. إن فكرة التقييم الكمي لمؤشرات النص هذه كواقع ملح راهن وجديد وقيمة تواصلية تبدو اليوم إلى حد ما غير مألوفة، لكن يعتقد إن إدخال مثل هذه المنهجية بابذات لتحليل النص والظروف المرافقة له (عنوان، المكان على الصفحة 9 سيعطي فرصة إحداث نموذج موضوعي اقتصادي للإشراف على سير التخطيط.

إن مستوى الحرفية أثناء إعداد الخطط هو الآن عالٍ بما فيه الكفاية، لكن مستوى الإشراف وإختبار التنفيذ للخطط أدنى بكثير. إن العيوب الأكثر وضوحاً والمرئية أكثر تتلخص فيما يلي: غياب نظام محدد للإشراف والرقابة على تنفيذ الخطط (قلة، حجم المعلومات التي يجري اختبارها وغيرها)، غير واضحة المعايير في تقييم جودة تنفيذ الخطط واختبارات المواد من أجل التحليل، العمل المعني بالأمر غير مرسخ عادة في برنامج عمل التحرير... إلخ. في هذا السياق يسمح الإشراف على تنفيذ الخطة بالكشف عن العيوب في المرحلة الابتدائية لأولية

للتخطيط وعدها إما في سياق تنفيذ الخطة المعنية وإما في سياق إعداد خطة جديدة. في هذا بالذات تنعكس وحدة وتسلسل عملية التخطيط كعنصر جائم في تنظيم العمل الإعلامي الدعائي للصحيفة. غير أنه توجد مجموعة كاملى من مؤشرات المعلومة الصحفية التي وبصورة تقليدية لا يدخل في نظام مؤشرات التخطيط. الحديث يدور حول البنية الإجتماعية للمؤلفين، وحول جغرافية الأعمال والتوصيف الديموقراطي الإجتماعي للشخوص الصحفية وموضوعات الأعمال النقدية للصحيفة. تعد أهمية هذه المؤشرات عظيمة جداً، حيث إن الحديث اليوم يدور وبإصرار أكبر على ضرورة التحليل الدوري المنتظم لمضمون الصحيفة من وجهة النظر هذه. ينبغي على منظمي التخطيط أن ينطلقوا من المتلبات المتكونة بصورة دقيقة تجاه كل فصل من فصول العمل الصحفي (وكم يكون جيداً إذا كان على أساس عددي محدد). إن إدخال وسائل تقنية جديدة بالنسبة للصحيفة وقبل كل شيء الآلات الإلكترونية الحاسبة سينعكس إيجابياً على مجمل التخطيط وتحديداً أثناء وضع الخطط يمكن أن يحصل التحرير على حجم كبير من المعلومات المسبقة وأن يخسر مجموعة من الاحتمالات الممكنة للخطط. تحصل السكرتاريا في سياق التنفيذ على إمكانية الإعلام المستمر غير المنقطع حول سير أداء وتنفيذ الخطط: في اللحظة المعنية وخلال وقت محدد من الزمن.

الانتقال إلى وسائل تقنية جديدة في التخطيط يحتاج إلى نقدية لاحقة للعمل لتوضيح المسائل الميثودولوجية الاستقرائية والمنهجية في التخطيط وإدخال النتائج العملية لهذه الدراسات في الممارسة الصحفية. على هذا الأساس تصبح ممكنة أكثر النجاحات عظمة في قضية تحسين مجمل سياق العمل الإعلامي الدعائي في صحافتنا

الفصل الثاني عشر

الإشراف (الرقابة) على عمل المطبوعات والنشر



الفصل الثاني عشر
الإشراف (الرقابة) على عمل المطبوعات والنشر

يُعدُّ تنظيم الإشراف على التحرير ومراقبته واحداً من الشروط الأساسية لفعالية العمل الصحفي، وحول أهميته تتحدث أيضاً نتائج استطلاع الرأي بطريقة الاستمارات الذي أجري من قبل مؤلف الفصل في عام 2001 مع 215 صحفي من عدة صحف في المحافظات إن ثلثي الصحفيين ذكروا الإشراف على التحرير والدعم من جانب وزارة الإعلام بما في ذلك العوامل الأساسية التي تحدد نتائجية العمل الصحفي.

يعود مفهوم "الكونترول" إلى الشرائح والفئات الأساسية الأولية لنظرية الإدرة الإجتماعية والمجالات المختلفة للعلوم الإجتماعية. كان بعض الباحثين يؤكدون بأن "التسجيل والرقابة – الكونترول" أهم ما يحتاج إليه الأمر من أجل "لتسوية" ومن أجل الأداء الصحيح للمرحلة الأولى في المجتمع النامي.

يفهم من مصطلح التسجيل عملية الاستعلام والمعالجة وتحليل وانتظام المعلومات المتجلية في مؤشرات مختلفة تصف نتائج العمل الإداري.

الكونترول: هو نظام مراقبة وملاحظة لعملية توافق عمل الموضوع مع القرارات الإدارية المتخذة أثناء الاختبار الرقابي يظهر نتائج تأثير الذات على الموضوع والانحرافات الممكنة عن المبادئ المتخذة بخصوص التنظيم والضبط.

كان الباحثون قد حددوا جوهر الكونترول – الرقابة – بمثابة "تصحيح بارع ومتقن في الوقت المناسب" الحديث بالتالي يدور حول تصحيح العمل في الوقت المناسب، العمل الذي يضمن تطوره طبقاً للهدف الموضوع. توجد أنواع مختلفة من الكونترول:

(الكونترول الانتظامي، الدوري، الكنترول لمرة واحدة، الكنترول العام، الكنترول الانتقائي). وفي كل حالة يتوقف اختيار النوع المحدد على الظروف ومجال

الإستخدام فالرقابة في نظرية الإدارة الإجتماعية يحدد المتطلبات لتالية: (الموضوعية، والفاعلية، قوة التأثير، والانتظام، والعلنية، الشفافية.

المبادئ المشار إليها مستخدمه أيضاً في العلاقة مع عمل التحرير. والمهم أيضاً أن تكون عملية الرقابة منتظمة وليست عفوية. يرى ف.غ. أفاناسيف أن: " التسجيل والرقابة كشكل خصوصي للحصول على معلومات في السياق الإجتماعي ضروريات أكان ذلك بالنسبة لاتخاذ القرار الاداري أم بالنسبة للتنظيم وكذلك بالنسبة لضبط النظام".

إن الصحافة كأي نوع من أنواع النشاط تفترض المراحل التالية: وضع الأهداف، استخدام وسائل وطرائق تحقيقها، تقييم النتائج. وبمثابة وضع الأهداف، الذي يعكس الإتجاهات الأساسية لسياسة الدولة تبرز خطة التحرير التي تصادق عيها النخبة الصحفية. فمن مواقع نظرية الإدارة الإجتماعية، فإن الخطة من حيث الجوهر تفي القرار المتخذ. "وبالتالي فإن إحدى الوظائف الرئيسية لفريق التحرير مثل الخلية التي يتحقق فيها العمل الصحفي تهدف إلى ضمان رقابة دقيقة وفعالة على تنفيذ القرارات المتخذة".

وفيما يتعلق بالمهمات المطروحة أمام الصحافة فإن مطلب الرقابة يتجلى بوضوح كبير جداً، في بعض الدراسات الإعلامية حيث يُعرض في هذا القرار على العاملين في الصحافة والطباعة والإذاعة والتلفزيون الوصول إلى إقرار أكيد وتعميم الإجراءات العملية بخصوص الإشارات النقدية التي تفتح باب الخبرات التقدمية بهدف إدخالها في كل ميدان".

وتقضي الضرورة أيضاً حسبان ظرف آخر لا يقل جوهرية: تدخل وسائل الإعلام الجماهيري والدعاية في نظام مؤسسات الإدارة الإجتماعية. تستخدم الدولة الصحافة والإذاعة والتلفزيون بمثابة أدوات في غاية الأهمية للتأثير على وعي الأفراد وعلى الممارسة الإجتماعية الجارية. وبالتالي فإن الرقابة المهنية (هذا المصطلح يعني نظاما الأفعال والعمليات الإبداعية والتنظيمية المختلفة - توزيع

المطالب والاستفهامات والفرص والعمل مع الردود ...إلخ). تستكمل بالرقابة السياسية (مختلف أشكال القيادة التي تُدخل التحليل المنتظم للعمل في المجموعات الصحفية، والقرارات والتوجيهات الفكرية التي تتبلور على هذا الأساس).

إن متابعة النتائج وتقييمها وتعميمها مهمة أيضاً وذلك بسبب أن ذلك يُعدُّ وسيلة فعالة لتربية الجمهور وتكوُّن العلاقة الضرورية العكسية، فالقارئ يتابع بإهتمام أقوال الصحافة ويستجيب إليها بنشاط. ليست قليلة الحالات عندما ترد إلى هيئة التحرير ردود حول التدابير والإجراءات المتخذة في المنظمات غير المرتبطة مباشرة بتحرك ملموس للصحافة.

إن غياب المعلومات في حينها حول نتائج التأثير الصحفي، يضلل الجماهير ويضعف العلاقة العكسية (رد فعل) ويخفض سمعة الصحيفة وهذا ما تؤكده بقناعة وسائل القراء. لنسوق بعض الأمثلة من بريد الثورة:

يحصل أن نُطرح في الصحيفة مسألة ضرورية ومفيدة أما العاملين الذين يتوقف عليهم الحل والتنفيذ لا يتخذون إجراءات وتدابير وبالتالي تكون النتيجة لا شيء - طلق ناري خُلَّبٍ. يعتقد أن هيئة التحرير يجب أن تسوي مسألة حسبان فاعلية الأقوال والحركات. إعلام القراء باختصار عنها. المعنى من كل ذلك - رفع فاعلية الصحيفة.

من أجل أن يصل القراء إلى قناعة في فاعلية الصحيفة من الضروري نشر الرد على كل ملاحظة نقدية، أؤكد على كل ملاحظة نقدية. نُشرت في الصحيفة (ف.ف. ستانكيفيتشس، مدينة زابوروجيه) في أقوال الصحف وكأحد أشكال قيادة وإدارة المطبوعات ذات المستوى المتدني ليس نادراً ما تُبحث فكرة الرقابة الضرورية على نتائج المطبوعات.

يوجد قول ذو قيمة كبيرة في إحدى هذه الأقوال التي كتبها (د. نوفوبوليانسك): تمكن أن يكون ثمة معنى كل (10- 15) يوماً إعداد نشرة عن المطبوعات الأكثر أهمية والتي ظهرت في الصحافة دراسة هذه النشرة بإهتمام

وتحليلها، ويستحق الأمر كذلك الاستماع إلى مقترحات تنظيم السجل والمحاسبة الصارمة والرقابة الدقيقة على فاعلية ما تنشره الصحف، وهنا ليس فقط ما يتعلق بالنقد، وذلك من أجل الرد المناسب وفي الوقت المناسب على أي واقعة ذات علاقة

غير صحيحة تجاه الكلمة الصحفية وعلى محاولات التملص، الملاحظة العادلة والتنصل بالجواب الشكلي. وهكذا فإن الرقابة على التحرير – محطة موضوعية في تنظيم العمل الصحفي. تقوم مبادئ هذا العمل ووظائفه على أسس النظرية العامة للإدارة الإجتماعية، أما الأشكال والطرائق فتتوافق مع خصوصية أداء الصحافة. وبغرض توضيح المشكلات المتعلقة بالمحاسبة والرقابة على ممارسة أعمال التحرير تم إجراء دراسة خاصة تتضمن استطلاع استماراتي وتعرف مباشرة على وضع الرقابة في مجموعة من هيئات التحرير. وردت الردود والإجابات من الصحف المركزية وبعض صحف المحافظات.

بيّنت الدراسة بأنه في جميع موسسات التحرير تمارس المحاسبة و لتسجيل وتحليل الرسائل ويجري تقييم إنتاجية كل صحفي وعمل كل قسم أو كل قطاع.

المؤشر الأكثر انتشاراً – كمية الأسطر، جودة نوعية (المنتج) الصحفي تُقيّم بمقدار معروف ذاتياً. هنا ليس نادراً ما يحصل استقراء لنتائجية أفضل المواد، كما لو أنه تقدم سلفة إلى الأمام. ما يخص النتائج النهائية الواقعية فإن اعتبارها وتسجيلها وتقييمها صعبة للغاية لأن ميكانيكية تأثير الصحافة على الجمهور لم تدرس بما فيه الكفاية. إن منهجية تقييم فاعلية الأنواع المختلفة من المواد المتميزة ليس فقط بالأهداف بل وبوجود التنفيذ غير موجود حتى الآن.

إن تصوراً محدداً حول مستوى الدلالة الإجتماعية لهذه المطبوعة أو تلك تعطيه إشارات مختلفة للعلاقة العكسية – الرسالة، رنين الهاتف وغير ذلك. بالإضافة إلى ذلك تعلم علماء علم الإجتماع تحديد درجة "مقروئية" المواد في هذا الموضوع أو ذاك (الموضوعات الاقتصادية والأخلاقية والرياضية وما شابه ذلك)

وبعض المؤشرات الأخرى لفاعلية العمل واجهد الصحفي. إن النتائج المماثلة غير المباشرة مفيدة أيضاً طالما أنها تقدم المعلومات من أجل تحليل أسباب نجاح او فشل عمل الصحفيين.

حسب بعض أنواع المطبوعات الهادفة إلى تحقيق التعديلات الإجتماعية الملموسة في فترات قصيرة بما فيه الكفاية، يمكن مراقبة وحسبان النتائج المباشرة والملموسة. إذا كانت هذه مادة إشكالية فإن نتيجة مثل هذا التحرك سيكون القرار الإداري. فالتحرك النقدي يجب أن يمر وراءه استبعاد نقاط الضعف. إن التجربة المعروضة على صفحات الصحيفة يجب أن تنتشر وتتعمم. تسمي الأنواع الثلاث المذكورة من المواد بصورة شرطية "مؤثرة وقوية التأثير" ان تحليل الردود الواردة بيَّن أن الكونترول في غالبية المطبوعات المدروسة يتم حسب المخطط التالي:

إن جميع الأفعال النقدية – يقول رئيس الأخبار المحلية في هيئة تحرير صحيفة (كمونار- مدينة تولا) توجه من قبل العاملين في قسم الرسائل إلى رؤساء الأجهزة الصحفية وإلى مديري المؤسسات والمنظمات. تحصل عملية الإرسال وفق نموذج خاص يُثبت في دفتر خاص لتسجيل الملاحظات النقدية: (اسم المادة، تاريخ النشر، القسم الذي أعدّ الموضوع، لمن وإلى أي مكان أرسلت المادة من أجل اتخاذ التدابير، متى ورد الجواب ومتى نشر أو أجّل إلى الأرشيف). يرفق بكل رد غير مطبوع توضيح رئيس القسم، وبأي سبب يستحيل استخدام الإعلام على صفحات الصحف. فمن أجل مراقبة ورود الإجابات على كل منها تُعتمد بطاقات تسجيل يوقع عليها رؤساء الأقسام عند الاستلام، هذه البطاقات توجد في قسم الرسائل. عند المراقبة الشهرية للأقسام الخاصة بالعمل مع الرسائل الواردة من الشغيلة، يُختبر ويُراقب أيضاً إستخدام

الردود حول التدابير المتخذة بخصوص الملاحظات النقدية حول نتائج الاختبار، والمراقبة يقوم رئيس قسم الرسائل بالإعلام في هيئة التحرير وفي الإجتماعات الخاطفة.

يوجد في مجموعة من الفرق والجماعات ميل إلى الخبرة التنظيمية المتنوعة ((مثال: (في هيئة تحرير صحيفة تشرين يوجد تقليد لمساعدة مديري المؤسسات والمنظمات في الصياغة الصحيحة للردود الرسمية في الحالات التي يتكون فيها التدابير الفعلية غير متخذة بخصوص التحرك) مثل هذا المعيار يترك تأثيراً تربوياً معنوياً، إنه يخدم بمثابة موجه بالنسبة للشخصيات الرسمية. تقوم الجريدة وبصورة ليست نادرة بتكليف المؤلفين غير العاملين فيها بماقبة واختبار صحة الردود. اعتمدت هيئة التحرير حوافز مادية مقابل العمل الخاص برفع الفاعلية، غير أن نظام التشجيع مُعتمد لكن ليس في جميع المجموعات العاملة، إن إستخدام الأشكال المختلفة للحوافز المادية والمعنوية في تنظيم الرقابة على التحرير احتياطي جوهري لرفع نتائجية الجهد الصحفي)).

إذا ما قمنا بصورة إجمالية بوصف نظام الرقابة على قوة التأثير في هيئات التحرير فإنه في غالبيته يتألف من المراحل التالية: أ- من جرد المراسلات، الذي يتضمن تسجيل الرسائل والمواد النقدية وإستخدام نظام النماذج المرافقة للمواد وغيرها. ب- تقييم الردود، جـ- إستخدام الردود (نشرها، التعليق، المواد التعليقية على أساسها، التنويهات في الخطابات والحركات المتكررة).

بصرف النظر عن أن النظام الرقابي المعي يستخدم في معظم أسر التحرير، فإن فاعليته ليست عالية دائماً. إذا ما حكمنا من خلال الردود على الاستمارة، فإن القسم الأكبر في مجموعة من هيئات التحرير بين الردود الواردة إلى التحرير، كما يتحدث الصحفيون هو جوابات وردود شفهية. السبب الأكثر احتمالاً هذه الظواهر سلبية هيئات التحرير نفسها.

وكما أشير في إحدى الدراسات الإعلامية يُنبغي الرد ليس على ظواهر الغرور والعجرفة البيروقراطية الواضحة وفقدان الشعور بالمسؤولية فحسب بل على مختلف محاولات القرارات والحلول الروتينية لهذه المشكلة أو تلك المطروحة في الصحافة وتفريغها من جوهرها.

إن الدوريات إذ تكافح هذه النزعة السلبية وبالاعتماد على الأحكام التشريعية القائمة تحدد وقتاً من (10 - 15) يوماً لإعداد ردود المؤسسات والأفراد على الحركات النقدية للصحافة. موقف أنه كلما كانت عملية التفاعل الإعلامي المتبادل للحصول على إشارة العلامة العكسية أكثر تماسكاً من حيث الزمن، كلما تحققت بصورة أسرع النتيجة الإجتماعية الضرورية، وبالتالي كلما عملت الجريدة بصورة أقتصادية أكثر.

لكن وكما يُبين النقد فإن الوقت الذي تخصصه هيئات التحرير مقبول ليس لكل مادة أبداً. إنه يتألف من الأجزاء التالية:

زمن الإرسال (الاستفسار، يمكن أن يتأخر في الصحيفة أيضاً، أما الموعد فيوضع فيه)، زمن الوصول البريدي، فترة تحليل المطبوعة (الرسالة) من قبل المرسل إليه، زمن إعداد واتخاذ القرار الإداري، فترة تنفيذه، اعداد الرد، زمن الوصول البريدي إلى الصحيفة، إن وقتاً بريدياً واحدة يمكن أن يشكل (حسب ابتعاد الذات) حتى خمسة أيام.

إذا ما سمح بذلك، فإن الظرف القاضي بأن الشخص المسؤول لن يزج نفسه مباشرة في العملية التي ننظر نحن فيها، فإن الوقت المشار إليه في الاستفهامات الواردة من التحرير يبدو غير كافٍ بكل وضوح من أجل تحقيق النتائج المرجوه.

من الضرورة بمكان أيضاً الأخذ بالحسبان أنه وعلى صفحات الدوريات المطبوعة كثيراً ما تظهر منشورات تحليلية متعددة الخطط تعكس العمليات المعقدة في الحياة الإجتماعية والمشكلات المطروحة فيها من المستحيل أحياناً حلها بصورة عمليانية. في كثير من النماذج التي ترافق إلى العدد أو إلى الرسالة توجد جملة يُرجى إعلامنا بالتدابير المتخذة.

ماذا تتوقع هيئة التحرير؟

الحالة في بعض الأحيان لا تكون بصورة أحادية المعنى. فالصحف يجب أن تمتلك تصوراً عن حالة موضوع التأثير وبالتالي افتراض الردود المحتملة يمكن إبراز ثلاث أنواع منها: أخبار عن التعديلات الملموسة لحالة الموضوع، معلومات عن اتخاذ القرار الإداري، الجواب الشكلي. وحسب ذلك تقوم هيئة التحرير بتحديد برنامج التحرك – الفعل – بالنسبة للصحيفة من المهم النتيجة النهائية التي تتحقق في غدا ما تم اجتياز جميع المراحل السابقة عملياتياً، بما أن في ذلك زمن مكافحة أصحاب الردود الشفهية والصامتين في فترة (10– 15) يوماً في أفضل حال يمكن تحقيق اتخاذ قرار إداري فقط.

وكما تُبين الردود من هيئات التحرير فإن بعض الدوريات تستخدم بنشاط الهاتف والتلغراف من أجل اختصار زمن تحقيق نتائج ملموسة. توجد احتياطات أيضاً في تنسيق (مثال: صحيفة المحافظة يمكن أن تُكلف صحيفة المنطقة لتحقيق الرقابة على مطبوعة من مطبوعاتها).

إن الزمن تعرض الصحيفة من أجل إبعاد العيوب ونقاط الضعف يجب أن يكون واقعياً. إنه يتوقف كما سبق وقلنا على حالة موضوع التأثير. المطلب العام والموجه موجودون المقترحات الواردة من هيئة تحرير الصحف والمجلات والتصريحات وشكاوى المواطنين وكذلك الخطابات والحركات المتعلقة بحلها وكذلك المواد الأخرى المنشورة في الصحافة تُدرس في النظام وفي الأوقات التي رسمها هذا المرسوم. إنه – الوقت – شهر من تاريخ الخطاب أو التحرك. إن هيئة التحرير إذ تعرف وضع الأمور في مكانها تستطيع بشكل متمايز تحديد أوقات ورود المعلومات من المرسل إليهم. في ظل نظام كهذا من شأن الفاعلية الرقابية أن تتعاظم ومن كمية الردود الشكلية أن تتقلص.

تبرز أيضاً إحدى نقاط الضعف الجوهرية في نظام الرقابة التحريرية. إنه يفترض الرقابة بصورة إجمالية على قوة تأثير هذه المادة أو تلك، لكن كيف تُقيّم

خلال عام واحد تم بصورة عفوية إختيار ثلاث مجموعات من الأعمال الإشكالية والنقدية (10 في كل واحد)، بلغت كمية العناوين لكل مجموعة بالنسبة للإشكاليات (23- 24) عنوان بالنسبة لما يتعلق بالنقد (21- 23).

بحسبان أنه لا يوجد انحرافات في المجموعات فقد أصبح الاختبار اللاحق بلا معنى، بهذا الشكل يصبح لكل مطبوعة إشكالية (2.37) عنوان ولكل مادة نقدية (2.1)، المؤشر الوسطي يساوي (2.2).

المناسب أكثر من وجهة نظرنا، مقارنة النتيجة الحاصلة بالنتيجة المتوقعة، فمن أجل تحديد معامل الفعل المفيد للصحيفة سنستعمل أحد المؤشرات التي اقترحناها نحن - سنستعمل علاقة كمية الردود المطبوعة بعدد كمية عناوين النقد في المخرج مع (حسبان معامل العناوين) سيكون 1320 عنوان محتمل، وبالتالي KIID معامل الفاعلية يشكل 0.37 أو (37٪) أي أدنى بصورة كبيرة من ذاك الذي حصل من قبل، لقد عَبَّرَ قسم التحقيقات خلال الفترة ذاتها ما يزيد عن 50 مادة، طبع 38 رداً معاملات الفاعلية (KD) تبلغ 0.76 (76٪)، و 0.34 (34٪)، قسم الاقتصاد قدم على الصفحات 134 مطبوعة، عدد الردود 54 و KD = 0.4 (40٪) أو 0.18 (18٪).

وكما نرى في ظل وجود بعض المعطيات الأساسية فإنه من الممكن الحصول على نتائج تُبين مستوى فاعلية وتأثير الصحيفة بصورة عامة ولكل قسم من أقسامها. المفهوم تماماً أنها فقط عن قرب تُقيِّم نتائج العمل ومع ذلك تعطي فرضية إبراز الأماكن الضيقة في عمل طاقم التحرير.

بوجود الجرد الجيد والمعلومات الضرورية يُتاح إمكان إستخدام مجموعة من المؤشرات مثل معامل (K) على سبيل المثال الذي من شأنه أن يعكس درجة إستخدام نظام الرقابة على الفاعلية وقوة التأثير.

$$K = \frac{\text{كمية الاستفسارات المرسلة}}{\text{كمية عناوين النقد}}$$

فمن أجل الخدمة التحليلية للصحيفة يمكن أن يكون مفيداً المُعامل الذي يعرض درجة حيوية الجمهور ونشاط ومستوى إدراك وتنفيذ معيار حتمية رد الفعل المعلوماتي. (نلاحظ أن المطلب ذاته الوارد في الرد على التحرك النقدي ليس معياراً اصطناعياً بل تعبير عن الضرورة الموضوعية في العلاقة العكسية كمحطة أكيدة في العملية الإعلامية).

يمكن أن يكون مثل هذا المعامل:

$$K_2 = \frac{\text{كمية الردود الواردة}}{\text{كمية الاستفسارات المرسلة}}$$

هذان المؤشران برأينا لا يعكسان بصورة كاملة عمل التحرير في مجال تحقيق الفاعلية، إنها لا تتناول واحدة من المشكلات المهمة جداً، وبالذات العمل مع الردود. أحياناً يكتفي التحرير ويقتنع بالردود الشفهية للمسؤولين ولا يوصلون العمل إلى نهائية ولا يعملون على اتخاذ إجراءات فعالة.

إذاً ما قُمنا بإدخال المعامل الثالث (K_3)، الذي يُبيِّن العلاقات التناسبية التالية:

$$K_3 = \frac{\text{كمية الردود المطبوعة}}{\text{كمية الردود الواردة}}$$

يكون بالإمكان مشاهدة كيف يعمل طاقم التحرير بردود القادة. هذا المعامل يُبين هل تقتنع هيئة التحرير وترضى بالردود الشفهية، ام أنها تعمل بإصرار من أجل اتخاذ إجراءات فعالة؟ في حالات إستخدام الردود في التعليقات والأقوال يدخل في البسط ردود مستعملة.

وبما أنه في مادة واحدة يمكن أن يكون علة موضوعات تأثير، فإننا نعتقد أنه من المناسب اقتراح المعامل التالي (نسميه K_1):

$$K_1 = \frac{\text{كمية الردود المستعملة}}{\text{كمية عناوين النقد}}$$

بفضل هذا المؤشر يمكن تقييم عمل جهاز التحرير. فهو ايضاً مقبول بالنسبة لتقرير هيئات التحرير حول العمل المنجز أمام الجهات المسؤولة. فبفضل هذا المعامل يمكن تقييم عمل كل قسم (قطاع) أيضاً. في مثل هذه الحالة يمكن بدل الردود المطبوعة المنشورة إدخال الردود المقترحة للطبع إلى البسط وبكلام آخر، إدخال الردود التي وصلت إلى الأمانة (أمانة السر) من الأقسام.

من الضرورة التأكيد على أن المؤشرات المقترحة يجب ألا تكون بديلة عن النظام القائم في هيئات التحرير، المتعلق بالرقابة على واقع المواد النقدية ولا بأي شكل من الأشكال. إنها تستطيع فقط استكمال هذا النظام وهي بصورة أساسية مخصصة للرقابة الذاتية داخل هيئة التحرير (تقييم عمل الأقسام) وكذلك من أجل الرقابة على عمل جهاز التحرير من جانب الجهات المسؤولة. مثل هذا النظام عن الرقابة داخل هيئة التحرير لأداء نظام الفاعلية سيساعد في رفع عمل هيئات التحرير ذاتها إلى مستوى جديد لتحقيق فاعلية عمل الصحيفة. هذا النظام يسمح بالتحليل والتقييم رياضياً لعامل مهم في تحقيق فاعلية الأعمال الصحفية، الرقابة من جانب هيئة التحرير.

فالمعاملات المقترحة تقدم فرصة لتحليل عمل هيئة التحرير خلال فترة زمنية مُعينة إذا كان بالإمكان إجراء تكنيس للمعطيات وتقييم مسبق شهرياً، فإن تحليلاً كاملاً يكون مناسباً في رأينا إذا ما أجري كل ربع سنة. خلال هذه الفترة يجري نشر كمية كافية من المواد التي تحتاج إلى رقابة هيئة التحرير. هذه الفترة كافية تماماً أيضاً من أجل اتخاذ إجراءات (قرار إداري)، وكذلك من أجل الإعلام عنها. إننا ننطلق أيضاً من مقدمات أن عملية طباعة مثل هذه المواد شأنها شأن الحصول على الردود من جانب هيئة التحرير متساوية نسبياً.

تقوم الأقسام – القطاعات - المعنية بالرقابة الجارية على نتاتجية كل عمل، أما ما يتعلق بالردود التي وردت على المواد المنشورة في الفترة التي سبقت فترة التقرير، فإننا نعتقد ونفترض أن هيئة التحرير ستستلم الكمية ذاتها، لكن في الربع

القادم على المواد المنشورة في نهاية الفترة - مادة التحليل. بهذا الشكل خلال الفترة المحدودة المختارة من الزمن يجري حساب وجرد جميع دفوعات العملية الإخبارية.

ليس نادراً ما تُستخدم المواد التي تُعرض تحت عنوان "خطنا سلوكنا" وما شابه ذلك، تُستخدم بصورة غير مثمرة ومن حالة إلى حالة. إن سوء تقييم أهمية هذه المطبوعات يعني من حيث الجوهر، ازدراء لنتائج العمل الذاتي الشخصي ففي هذه المواد تأثير تربوي كبير، إنها تخلق شعبية للمطبوعة. إن تعميم الردود مهم أيضاً، وذلك لأن ذلك يستغرْ إشارة "العلاقة العكسية" في تلك الحالات، عندما يكون الرد لا يتوافق في شيء معين مع الوضع الحقيقي للأمور. إن رد فعل الجمهور يسمح للصحيفة بصورة عملياتية باختيار الشكل الضروري للتأثير المعلوماتي الإعلامي (خطاب عمل مكرر، تعليقات على الرد وغير ذلك).

تُعدُّ نتائج العمل الصحفي - "لوحة من المؤشرات" الخاصة وهي يجب أن تكون متوضعة في مكان بارز ودائم في الصحيفة. يُعتقد بأنه يوجد سبب ودافع لمساندة مبادرة "تشرين" التي تقدم باستمرار تقارير أمام القارئ على صفحة خاصة ذات فاعلية. الشفافية (العلنية) الموضوعية بمهارة - عامل مهم في رفع فاعلية الصحيفة وقوة تأثيرها.

تبيِّن الممارسة العملية بأن عدم مراعاة هذه الشروط والمتطلبات في الرقابة مثل الموضوعية والفاعلية والانتظام والشفافية، يُخفض من ريعية الأعلام الصحيفة؛ فالجرد الدائم والدقيق جداً لجميع أنواع التأثير الصحفي، ونتائجها ضروري، والتحليل المنتظم لهذا العمل الذي يسمح بتقييم درجة تطابق النتائج مع الأهداف وكشف أسباب الإغراقات التي تبرز، بالتالي الحديث يدور حول تنظيم نظام الرقابة، هذا النظام الذي يعمل بصورة دائمة ودقيقة وبدون تعطل.

الرقابة على فاعلية أعمال الصحف ومنشوراتها - أهم قطاعات عمل هيئة التحرير. إن هدفها يكمن في تأمين، إنجاز النتيجة النهائية (المستقرأة). إنه شرط ومطلب موضوعي نابع من وظائف الصحافة.

يجب ألا تكون المواد النقدية والإشكالية فحسب، موضوعاً للرقابة من جانب هيئة التحرير، بل والمطبوعات التي تحتوي على الخبرة الإيجابية. فالنتيجة النهائية للصحيفة في هذه الحالة - نشر وتعميم الخبرة، وإدخالها في الممارسة الإجتماعية. فمن أجل تحقيق الأهداف المشروطة بما تعنيه الصحافة والإذاعة والتلفزيون تكون ضرورية الرقابة الجارية على فاعلية وقوة تأثير المواد والمطبوعات النقدية والإشكالية التي تغطي الخبرة الإيجابية.

إن الرقابة المتنظمة الشاملة على فاعلية نشاطات الصحافة والإذاعة والتلفزيون من المناسب أن تجري مرة واحدة على الأقل في ربع سنة أو كل ستة أشهر. فاستخدام الرقابة سيسمح وإلى حد كبير بالكشف وبالإستخدام المثمر للإمكانات الموضوعية الكافية في طبيعة الصحافة ذاتها، فالرقابة الإلزامية الجارية بصورة منتظمة على الفاعلية في جميع المستويات مدعوة (إلى جانب العوامل الأخرى - نمو الحرفية الصحفية، تحسين القاعدة الطباعية البوليغرافية وغيرها مهم للمساعدة في النمو الملحوظ لتأثير الصحافة على الحياة الإجتماعية.

الفصل الثالث عشر

تنظيم التعاون الجماهيري مع هيئة التحرير



الفصل الثالث عشر

تنظيم التعاون الجماهيري مع هيئة التحرير

بين طرق العمل الصحفي تحتل مكانا مهما طرائق التنظيم تعاون الشغيلة في هيئات الاعلام. فالاهتمام بجانب من نشاط هيئات التحرير محدد بمهمات رفع فاعلية الصحافة السورية وبتحسين طرائق العمل الصحفي، وكذلك محدد بان الصحفيين الشباب لا يمتلكون بدرجة كبيرة منهجية العمل المناسبة. وحسب آراء الممارسين العملين، فان كثيرا ما يعبرون عن رفضهم او لا يجيدون العمل مع الرسائل والمحررين (المؤلفين). حول هذا الامر وتحديدا يدل النتائج لبحث الاستقرائي الذين اجراه قسم الاعلام لدراسة أداء الصحافة والاذاعة والتلفزيون في كلية الاداب والعلوم الانسانية بجامعه دمشق.

يوجد اساس العمل التنظيمي الجماهيري لهيئة التحرير واجب على الصحفيين بالقيام بصورة دائمة، بحسبان الراي الاجتماعي وتلبية استفسارات الجماهير العريضة وتوفير الامكانيات لهذا عبر اقنية الصحافة والاسهام في خدمة وحل القضايا الاجتماعية والمهمات الحكومية.

هذا الدور لوسائل الاعلام الجماهيري والدعاية يتعاظم في ايامنا نظر للانتشار المتعاظم للدمقراطية الاشتراكية، فالصحفيون شأنهم شان العاملين في اجهزة الادارة يجب ان يعملوا وان ينظموا المعلومات الواردة من الجمهور والخروج على اساس تحليلها ((بنتائج واتناجات ضرورية))، ((ونشر اسماء الشغيلة بصورة منتظمة)).. الخ.

من الجدير بالذكر بالملاحظة انه على الرغم من اتجاه العمل هذا في هيئة التحرير اصبح سيسمى عملا تنظيميا، فان على الصحفي في اطاره ان يمارس الانواع المختلفة من النشاطات.

ان تنوعها يؤكد الاستنتاج حول ان الصحافة ((تمثل مزيجا خاصا وفريدا من الانواع والاشكال المختلفة للنشاط)). اما طريقتها فتعد متعددة الاواكيب، وهكذا، في حالة كحالتنا يدخل في مهمات الصحفي العمل مع الرسائل واعمال ومؤلفات المؤلفين غير الموظفين في هذه المؤسسة اي عمل مع المادة الوثائقية من ناحية اخرى – قيادة وتنظيم هذا النشاط غير المهني المعلوماتي والتواصل مع العمال في الريف وغيرهم من المراسلين الاجتماعيين.

حسب المضمون يمكن ان تبرز الانواع التالية من العمل في عمل الصحفي مع الرسائل والمراسلين الطوعيين – المطوعين:

النشاط الاطلاعي، حيث ينتمي اليه تصنيف وتعميم وتحليل البريد في قطاعات الرسائل والدراسة الفردية للرسائل من قبل الصحفيين من قطاعات اخرى (هيئات تحرير) وكذلك مراقبة الرسائل.

العمل على خلق وإعادة معالجة المعلومات التي ينتمي اليها اعداد زوضع نصوص الرسائل واعمال ومؤلفات من غير العاملين وتحضيرها للطباعة والنشر او لبثها عبر الاثير/ على الهواء / بما في ذلك رسائل معينة زصفحات كاملة وانتقاءات زاصدارت، وكتابة بيذات من الرسائل واعداد تقارير منها وبيانات من اجل المؤسسات والمنضمات، وبالتالي الاستخدام الابداعي للرسائل في المواد الصفحية الخاصة. العمل الذي يخصص استخدام الرسائل ومؤلفات الافراد من غير العاملين في التخطيط المستقبلي الجاري لعمل هيئة التحرير ولبعض اقسامها والابداع الفردي للصحفي، يمارس الصحفي التخطيط ايضا اثنا تنظيم نشاط وعمل المراسلين الاجتماعيين الدائمين، بهدف ربط ابداعهم بصورة وثيقة اكثر مع محتوى عمل هيئة التحرير لديهم.

النشاط التنظيمي العاملي للصحفي تجاه البريد والمراسلين الاجتماعيين، هذا النشاط الي يتلخص في جذب مؤلفي الرسائل (من هيئة التحرير او مع السفر

الى مكان)، اعادة ارسال الرسائل الى المنظمات والدوائرمن اجل اتخاذ التدابير ومراقبة وتنفيذها، وكذلك مراقبة سير الرسائل داخل هيئة التحرير (وظيفة العاملين في قسم الرسائل)، في الردود على الرسائل في العمل الذي يسبقها.

وفي الوقت ذاته يمارس الصحفي انواعا ت اخرى من النشاطات التي تبدو وثيقة بالعمل التنظيمي العملي. ففي سياق مراقبة الرسائل يقوم بدارسة الحالة المستجدة وشخصية المؤلف من المتخصين ويتعرف على الاديبات الضرورية اي يقود ويمارس عملا اطلاعيا معرفيا.

ففي اطار النوع التنظيمي العملي يتدرج العمل المتعدد الانماط للصحفيين في قيادة وتنظيم حركة المراسلين الزراعيين والعمال والتعاون مع هيئات تحرير العاملين النشطين وغيرهم من شراء المراسلين الاجتماعيين. بتكليف ويشتراك ومساهمة الجهات المسؤولة تمارس هيئات التحرير ذاتها، واللجان

في التلفزيون والاذاعة، قيادة مباشرة للمراسلين الاجتماعيين ولتنظيم علاقاتهم الجماهيرية، بحيث يرمي عملهم ليس فقط الى خلق وابداع اشكال ملموسة لمشاركة المواطنين في العمل الصحفي، بل والى القيادة والاشاد الفكري السياسي لهذه الحركة وتربية وتدريب المراسلين الاجتماعيين. ها الشكل لجهد التحاما وتشبعا في مختلف انواع نشاط الصحفيين.

من اجل ماذا احتجنا الى تعداد جيع اشكال عمل هيئات التحرير التنظيمي الجماهيري ؟ ليس من اجل التاكيد مرة ثانية على صعوبة وتنوع العمل الصحفي وبكل هذه البساطة. المهم هو ان تبين ان خلال دراسة تطرائق تحسينه لنهجي والاستقرائي من الضرورة بمكان الانطلاق من وجود انواع مختلفة من النشاط فيه. ان تنوعها يعني تنوع طرائق واساليب تحقيق هذا العمل. فيتحين عمل الصحفي ينبغي ان نرى مكان كل طريقة في مجموعة وسائل العمل الصحفي، في النظم العام لطرائقها. ان طريقة اي عمل تتوقف على اهدافه وعلى طبيعة الموضوع الذي يتجه

اليه. هنا وكثيرا ما يحصل في الممارسة العلمية ان يسبق تطور الطريقة ادراكها وفهمها والوصف الصارم لاساليبها الفنية وتسلسل عملياتها المنفصلة. بهذ بالذات تتميز طرائق العمل الصحفي والفهم النظري، حيث نشطت دراستها فقط في الفترة الاخيرة، واذا ما تحدثنا بقسوة اكثر فان مفهوم ((طريقة)) لا يستخدم طبقا للجميع.

احيانا يمكن الحديث فقط عن الطرائق القائمة من العمل. ينبغي ايضا الاخذ بالحسبان ان في اطار العملية التي نقوم بدراستها في هيئة التحرير الصحفي وكما هو في حالات اخرى، باستخدام الطرائق التجريبية المقتبسة من ميادين اخرى من العمل والنشاط وتحديدا من العلوم الاجتماعية. يحصل استخدامها ايضا في الصحافة كما هو في اي عمل معرفي اخر. في مستويين اثنين، في المستوى التجريبي العفوي اي في مستوى الوعي الاعتيادي المبتذل، وفي المستوى العلمي. وكما ذكرنا سابقا يتعامل الصحفي في عمله التنظيمي الجماهيري في موضوعين اثنين مختلفين مبدئيا – وثيقتين تنتمي اليها الرسائل ومواد المؤلفين غير العاملين ومع المراسلين الاجتماعيين انفسهم.

في اطار كل موضوع من هذه الموضوعات توجد اختلافات وفوارق، الامر الذي يسمح لمواصلة التصنيف. القضية هي في ان كل رسالة موثيقة فردية شخصية تحتل الاهتمام بالنسبة للصحفي، وتستخدم من جانبه كظاهرة لا تتكرر ((للانا)) الانسانية وبمثابة شهادة وثائقية للعمليات الحالصة في الحياه الواقعية، وكمصدر للافكار الجديدة المهمة وبالتالي كانفعالات، الى جانب ذلك فان الرسائل المتواجدة في بريد هيئة التحرير تعد معلومات اجتماعية جماهيرية يتحدد معناها بالذات بموضوعها ومضمونها الاجمالي. مثل هذا الاختلاف في التعامل مع الرسائل يشترط ويحدد في طرائق العمل بها.

اذ نتوجه الى شخصية المراسل الاجتماعي نجد ايضا خصائص في التعامل معه، حسب كونه مادة او موضوعها لتأثير هيئة التحرير نشاط المراسلين او وعليهم بصورة مباشرة. ان التاثير على الوعي يعد في نهاية المطاف نادة لادارة السلوك، ولكن مادة للادارة غير المباشرة. لا شك ان مثل هذا التمييز ممكن فقط في المستوى النظري لانه في الممارسة هو في هذا الاتجاه وفي ذلك لا ينفصم. ومع لاخذ بالحسبان الخصائص الموصوفة لموضوعات العمل التظيمي الجماهيري لهيئات التحرير سنحدد الآن اهدافة في مراحل مختلفة وفي أشكال مختلفة لنشاط الصحفي وعمله. هذه الأهداف تنبع بصورة قانونية من الأهداف العامة للإبداع الصحفي ومن درر الصحفي في نظام المعلومات الجماهيرية والدعاية. إنها تعكس النتيجة التي يرمي إليها عمل الصحفي في المجتمع. ولذلك فان وظيفة الصحافة تتعلق بجميع الأهداف الخاصة للعمل الصحفي، والتي تتوافق مع أنواعه ومراحله بما في ذلك مع هدف النشاط لجهة الرسائل والمراسلين الاجتماعيين.

يأخذ الصحفي بالحسبان وبصورة صحفية خصوصية الظاهرة المعنية والمعنى الخاص لحركة المراسلين وغيرهم من المراسلين الاجتماعيين، بالنسبة للصحافة عندما يقوم بتنظيم التعاون الجماهيري مع هيئات التحرير، القضية هي في إن المراسلين الاجتماعيين بانتمائهم عموما إلى الجمهور يؤدون دورا نشطا في عملية نقل المعلومة الجماهيرية والى جانب الصحفيين المهنيين يقومون بالمشاركة في خلق المعلومة الجماهيرية وفي أداء وظائف الصحافة. يعود ذلك أيضا إلى مؤلفي بعض الرسائل والمؤلفين من غير العاملين الذين يشاركون في هيئات الإعلام لأسباب ودوافع مختلفة والى المراسلين في الريف وغيرهم من المراسلين الاجتماعيين - إن حقيقة إنهم يمثلون جميع شرائح وفئات المجتمع السوري.

ومختلف شرائح الناس يشاركون أيضا في العمل الطوعي وفي العمل غير المبني على أساس مهني، وهذا ما يسمح بالنظر إلى نشاطهم بصورة عامة بمثابة أشكال مختلفة من التعبير عن العلاقات الجماهيرية للصحافة السورية.

إن مشاركة الناس في مجمل أجهزة الإعلام والتوجه إلى هيئات التحرير بالرسائل يُعدّ وسيلة العلاقة بين الأنظمة الفرعية المديرة والمدارة في المجتمع ومصدر المعلومة الاجتماعية القيمة.

فحسب طبيعة هذه المعلومة تلعب الرسائل وأعمال ومؤلفات وإنتاج المراسلين الاجتماعيين دوراً متنوعاً في الصحافة وتطلب من نفسها مقارنة متنوعة. لذلك نصيغ أهداف عمل الصحفي في تنظيم علاقات هيئة التحرير الجماهيرية تقضي الضرورة بحسبان أهداف هذه العلاقات في المجتمع ووظيفتها في منظومة المؤسسات الاجتماعية. هذه الأهمية محددة في الوثائق الحكومية المكرسة لوسائل الإعلام الجماهيري والدعاية ولتطوير حركة المراسلين، والعمل مع رسائل المواطنين في هيئات التحرير وغيرها من المنظمات. وكما سبق وذكرنا في المرحلة الأولى من العمل مع البريد يضطر الصحفي إلى ممارسة العمل المعرفي، حيث يحقق في سياقه جملة من الأهداف المعرفية مستخدماً طرائق ووسائل معينة من المعرفة. هذه الطرائق يمكن تصنيفها كطرائق تجريبية وأخرى منطقية، بفضلها يعالج الصحفي المهمات المعرفية التالية:

باستخدامه إمكانات البريد المعرفية، وبتوجهه نحو رسائل ومواد المراسلين الاجتماعيين كوسيلة من وسائل عكس العمل الاجتماعي، يدرس الصحفي من خلالها عمليات حياتية واقعية وحالات ملموسة، هذا الإعلام العملي الحدثي يستخدم بعد ذلك في التخطيط الجاري والمستقبلي وخلال انتقاء موضوعات العمل الصحفي والمادة التجريبية من اجل دراسة الموضوع.

بين الصحفيين المستطلعين في المنطقة إن 91٪ على سبيل المثال يفيدون أن واحداً من أهم مصادر المعلومات بالنسبة لموادهم هي الرسائل الواردة إلى هيئة التحرير، وكثيراً ما يستخدمون هذا المصدر وهم يجدون في الرسائل موضوعات من أجل العمل (74٪ و 61٪) من المستطلعين يعرفون ما يهم الجمهور. إن

عملية دراسة الواقع الاجتماعي من خلال الرسائل يدخل كجزء متمم في مرحلة جمع المادة التجريبية، المرحلة التي تسبق مرحلة الإبداع المباشر للإنتاج الصحفي، ويُعدُ كذلك حالة خاصة لعمل الصحفي مع المصادر الوثائقية.

بالإضافة إلى المعلومات العلمية الواقعية في الرسائل توجد معلومة ذات طابع تقييمي انعكاسي تحتوي على علاقة مؤلفيها بالوقائع الموصوفة وبنشاط المنظمات والدوائر المختلفة وتجاه الإجراءات الأهم للدولة، وكذلك تجاه أعمال الصحافة والتلفزة بصورة عامة. هذه المعلومة تحدد مسبقاً الوظائف الإدارية للرسائل الواردة إلى هيئة التحرير ونشاط المراسلين الاجتماعيين، بحسبان أن التعبير عن وجهة نظرهم وموقفهم ليس الهدف بحد ذاته بالنسبة للمؤلفين، بل طريقة لمشاركتهم في الحياة الاجتماعية في إدارة الدولة. إن وظائف البريد هذه بالنسبة للصحفي لها دلالة خاصة وذلك لأن توجه الناس إلى هيئات التحرير يُعدُ قناة للتعبير عن الرأي الاجتماعي، حيث تقوم أجهزة الصحافة وهي مدعوة لذلك بأخذها بالحسبان. ولذلك فالصحفي يتوجه إلى بريد هيئة التحرير وبجهة النظر هذه يسعى لجمع الآراء المتجلية فيها وتعميم مواقف مختلف الشرائح الجماهيرية كي تؤخذ بالحسبان في إنتاجه وتوجهات عمل هيئة التحرير وجهاز إعلامه، فالصحفي إذ يدرس بريدياً آراء وتقييمات الجمهور إنما يعالج أيضاً المهمات المعرفية. لكن هذا تحمل طابعاً بينياً لأن الهدف الرئيسي للصحفي – هو جمل مضمون الرسائل والمواد التي يكتبها مؤلفون غير عاملين للآراء ثروة للمجتمع وللجمهور وبالإضافة إلى ذلك استخدامها عند برمجة عمل هيئة التحرير. وبذلك يقوم الصحفي بأداء وظائفه الأساسية ذات التأثير الإيديولوجي والتنظيمي على الجمهور من خلال التعبير عن الرأي الاجتماعي.

إن التأثير الإداري للرسائل يمكن أن يكون موجهاً إلى عمل الجهاز الإعلامي ذاته عندما يسعى المؤلفون إلى التأثير عليه بإبداء الملاحظات النقدية وتمنيات وتأييد هيئة التحرير لبعض الصحفيين باقتراح موضوعات جديدة من خلال الطلبات. في

هذه الحالية يتوجه العمل المعرفي للصحفي إلى دراسة جمهوره واستفساراته ومصالح وأماله وتوقعاته في العلاقة مع الصحافة بصورة عامة وجهازها المعني بالامر تحديدا.

فالرسائل الواردة إلى هيئة التحرير، إذ تعبر عن التوصيفات المختلفة للمؤلفين ومن الجمهور بالإجمال (نادراً ما ينسحب ذلك على مواد المراسلين الاجتماعيين)، تؤدي وظيفة "العلاقة المعكوسة" بالنسبة لهيئات التحرير واللجان في مجال التلفزيون والإذاعة. بالمعنى الدقيق ينبغي اعتبار الردود والملاحظات على تحركات الصحافة إشارات "العلاقة المعكوسة" لأن فيها بالذات تكمن المعلومات حول استيعاب وإدراك الجمهور للعلاقة الجماهيرية الواردة حول المشاعر التي تثيرها وحول تقييم موقف الصحفي والعلاقة تجاه أشكال مختلفة لتقديم المادة وغير ذلك. لكن الوظيفة ذاتها بالمعنى الواسع هي من خصائص الرسائل المذكورة آنفاً، والتي تعكس المصالح الإعلامية للجمهور وبنيته.. الخ. جميعها تدل على مدى دقة العمل الصحفي، وهل حرّض وأثار الاهتمام نحو نشاط الجمهور وهل قام بمساعدته على صياغة العلاقة تجاه المشكلة المطروحة. ولذلك فان جميع الرسائل المتضمنة هذه المعلومات او تلك حول الجمهور والتي تساعد في ضبط وتصحيح عملية التاثير عليه يمكن ان تدرس من جانب الصحفيين بمثابة ((علاقة عكسية)).

ان الاهداف المعرفية المذكورة المرتبطة باستخدام الوظائف المختلفة للبريد تحتاج من الصحفي الى استخدام طرائق المعرفة التجريبية هذه الطرائق تتنوع حسب مايلي: هل يعمل الصحفي مع رسائل معينة وبعدد محدود ام يتوجه الى كمها الهائل. ان المنهجية الملموسة للتحليل تتوقف على اي وظيفة للبريد تتوجه الدراسة فمن حيث الجوهر تحتوى الممارسة الصحفية الطرائق المستخدمة في مستويات مختلفة من مستوى المعنى الصحيح اي المستوى العفوي التجريبي حتى المستوى العلمي، هذه الطرائق المعرفية الخاصة والمميزة للعلوم الاجتماعية بما في ذلك لعلم الاجتماع. بديهي ان استخدامها من قبل الصحافة ذو علاقة بخصوصية الصحافة، ويعد الهدف تحقيق التاثير الايدلوجي والتنظيمي على الجمهور وليس

المعرفة العلمية لحياة المجتمع الاقتصادية. بالاضافة الى ذلك يسعى ايضا للحصول على معلومات دقيقة وموضوعية، وذلك فان تحسين منهجية العمل الصحفي ايضا للحصول على معلومات دقيقة وموضوعية، وذلك فان تحسين منهجية العمل الصحفي مرتبطة بالاستخدام المنتظم الاساسي اكثر للطرائق العلمية في معالجة وتحليل الوثائق.

في سياق العمل مع الوسائل فإن الصحفي اذ يستخدم خبرته المهنية يتماثل عمله بصورة لا ادارية مع العالم. ففي الواقع، اذ يدرس رسالة معينة يقوم الصحفي بوضع جملة من العمليات الفكرية التي تشبه الطرائق التكنيكية لمادة تحليل لوثائق الشخصية. وكما عالم الاجتماع (والمؤرخ) يدرس الصحفي جملة من الخصائص الظاهرية للرسالة ساعيا الى تحديد طبيعة الابداع والتأليف والانتماء الاجتماعي للمراسل وعمره ومستواه الثقافي. الى جانب ذلك يعالج مشكلة صحة المعلومات التي يوردها المؤلف محاولا تباين درجة اخلاص الفرد والدوافع التي تدفعه للكتابة الى هيئة التحرير.فشأنه شأن العالم يقوم الصحفي دون الاكتفاء بتحليل الرسالة ذاتها بدراسة الحالة وشخصية المراسل في مكان الحدث مستخدما طرقا تجريبية اخرى. بهذه الوسيلة تتحقق في الصحافة مراقبة صدق وصحة مصدر المعلومات واعتمادية المعلومات الواردة. احيانا يذهب الصحفي بعيدا في دراسة الرسالة ،مقدما على تحليلها الداخلي ودارسا لمضمونها بهدف ابراز وكشف العوامل الاجتماعية المحددة لظهور الرسالة وخصائص الحالة الاجتماعية الملموسة المنعكسة فيها وغير ذلك.

لاشك في أن درجة دقة الدراسة الصحفية لرسائل الواقع الفعلي للشخصية الانسانية الملموسة ولاراء ومواقف الجمهور تتعاظم عند مراعاة المتطلبات المطلوبة من الطريقة العلمية المعينة.

الى جانب ذلك فان استخدام هذه الطريقة الواحدة غير كـاف، لان مجموعـة من وظائف الرسالة الواردة الى هيئة التحرير يمكن تنفيذها فقط بصورة اجمالية، امـا طريقة تحليل الوثائق الشخصية فهي غير مستخدمة تجاه الكم الهائل من الوثائق. ان جميع اهداف الصحفي المعرفيـة المرتبطـة بالحصـل علـى المعلومـات مـن الجمهـور وبدراسة الرأي الاجتماعي وعمليات وظـواهر الفعاليـات الاجتماعيـة تحتـاج الى الحصول على معلومات معممة (اعلام معمم). ولذلك يصبح ضروريا تحليل الكم الهائل من البريد او اجمالي رسائل احد محاور البريد. عنـد التوجـه اليهـا والتعامـل معها يحتاج الصحفي الى طرائق خاصة لمعالجتها وتحليلـها بدايـة يحتـاج الى طرائـق المعالجة الكمية لكم المعلومات الهائل وقياسه حسب توصيفات موحـدة. ان عمليـة ابراز هذه المواصفات ذات الدلالة بالنسبة للـصحفي والمتعلقـة بالرسـائل تتحقـق بمساعدة طرائق منطقية للمعرفة، حيث يعـد التعمـيم والاسـتنتاج اكثرهـا تكـرارا. ويندرج على سبيل المثال، موضوعها ومشكلتها واشارة التقييم الذي يعطيه المؤلف لما يصور وهدف التوجه الى هيئة التحرير وطبيعـة مـا يطلـب مـن جهـاز الاعـلام ودرجة تعميمية وطابع اقوال وافكار المؤلف واخيرا معلومات عنه وما شابه ذلـك. وحسب الجانبان من مضمون الرسالة الذي يهم هيئة التحرير ولأي اغراض يعتمد التحليل واختيار المواصفات القياسية يمكن ان يكون متنوعا.

وهكذا فبالنسبة الى دراسـة وقـائع الواقـع الملمـوس وظـواهره يكـون مـن الضرورة على الصحفي ابراز المعلومات ذات الطابع الموضوعي من الرسائل. يعـد انتشار الحالات الموصوفة في البريد بصورة اجمالية او في بعض مجموعـات الرسـائل ومعيارا لسلامة وصدق المعلومة. فمن اجل دراسة الرأي الاجتمـاعي ينبغـي علـى الـصحفي ان يتوجـه فقـط الى الرسـائل، حيـث لا يوجـد مجـرد وصـف للواقعـة، بل وتقيمها والرأي حول هذه المسالة او تلك. ان معالجة مثل هذه الرسـائل قائمـة على ابراز وحساب المواصفات المختلفة للرأي السائد وذاتية الحامل لهذا الرأي

يعد تحليل بعض الحملات والنقاشات والردود على تحركات معينة تعد شكلا مستقبليا للعمل في الاتجاه المعني، مثل هذا التحليل من حيث المبدأ هو من قدرة كل هيئة تحرير. فدوامة البريد لايسمح بصورة افضل على فهم وانتظام رد فعل الجمهور وحسب، بل ويعطي مادة جديدة لهيئة التحرير من اجل متابعة وتعميق الحديث عن الموضوع الذي يهم القارئ بصورة خاصة. هذا التحليل الموضعي للبريد يسمح بفصل القارئ (المشاهد، المستمع) بإلقاء الضوء في المشكلة على أكثر الجوانب أهمية وشمولية لجميع الجوانب. وهذا هو السبب لكامن في عظمة معنى هذا الشكل من العمل في سياق ممارسة الحملات الصحفية.

مثال مهم على هذا التحليل. النشر للرسائل، الذي اجري في صحيفة ((تشرين)). هناك قاموا بتحليل إحصائي للردود التي وصلت على عمل الصحيفة بخصوص مكافحة الفساد ثم إجراء تصنيف وحساب لاحق للرسائل المتضمنة إشارات إلى مصادر الفساد المختلفة والى العيوب والنقائض الموجودة في دوائر الدولة في مؤسسات الصناعة والنقل والمباني السكنية وكذلك التي تسمى الإجراءات الملموسة لتصحيحها والمتضمنة اقتراحات لتقوية مكافحة الفساد. إن نتائج تحليل البريد ساعدت هيئة التحرير في تحديد محاور معالجة هذه المشكلة وتطوير تغطيتها لاحقا في الصحيفة. إن موجز الردود من حيث نتائج الدراسة والنشور في الصحيفة لم يكن خاتمة، بل بداية لهذه الحملة الصحفية. وكما نوهت الدراسة فان ((التحليل الإحصائي للرسائل سمح بوضع بعض الاستنتاجات حول حالة مكافحة الفساد، وحول الرأي الاجتماعي المتكون بصدد هذه المشكلة)). إن استخدام الطرائق العلمية في سياق مثل هذا التحليل لمعالجة الوثائق من شانه إن يقود إلى فاعلية أكثر والى جلب فائدة أكثر لهيئة التحرير.

عند دراسة خصائص إدراك الجمهور لمواد الصحافة بالبريد على هيئة التحرير إن تهتم قبل كل شيء بملامح الإنتاج الصحفي وبتلك المحاور والاتجاهات في العمل في ميدان التحرير التي يسلط مؤلفو الرسائل الأخيرة مشروطة بحدودها

الكمية. كلما تصادف في البريد إحكام وتقييمات منفصلة أكثر كلما كان الاحتمال اكثر بان تمثل الرأي الاجتماعي، بالإضافة إلى ذلك فان مشكلة تمثيل الآراء والرسائل عموما يجب إن تعالج في إطار كل شريحة من شرائح الجمهور لوحدها وذلك لان بنية كاتبي الرسائل والمراسلين الاجتماعيين يمكن إلا تتطابق مع بنية الجمهور. في مثل هذه الحالات يضطر الأمر إلى استخدام معاملا تصحيحيا بزيادة أو نقصان عدد الرسائل الواردة من هذه الشرائح الاجتماعية والسكانية إثناء المعالجة حيث لا يتوافق تمثيلها في البريد مع حصتها الواقعة في الجمهور. ينبغي أيضا الأخذ بالحسبان الظرف المتعلق في إن البريد يكن الابعكس جميع جوانب الرأي الاجتماعي وقطاعاته. وهذا هو السبب والأكثر فاعلية فيها هو تحليل أراء بعض المجموعات أو أراء الجمهور بشكل عام، وكذلك تحفيز نشاط هذه الطبقات التي لم يجد رأيها انعكاسا في البريد. ينتمي ذلك أيضا إلى دراسة الرسائل كقناة ((للعلاقة العكسية)).

وإذ نتحدث عن طرائق وأساليب معالجة وتحليل البريد والقريبة من الطرائق العلمية، نضطر إلى تثبيت أمر مفاده انه حتى الآن تستخدم جميع هذه الطرائق بصورة عفوية والى حد كبير. يحتاج تطورها إلى استخدام منهجيات علمية لتحليل مضمون الرسائل وتوسيع وتعميق الطرائق الإحصائية لمعالجة المعلومات واستخدام التقنيات في ظروف بريد ذي مقاييس كبيرة. يعد احتمالا مثاليا العمل مع البريد، الذي تكون قطاعات الرسائل فيه في خدمة المهمات الجارية والمستقبلية لقطاعات أخرى وهيئات تحليل أخرى، وحاجتها إلى معلومات معممة تشمل مختلف جوانب مضمون البريد. تدرك ضرورة رفع مستوى العمل مع الرسائل مع حسبان الحاجات المعاصرة الى اجهزة كثيرة، لكن يوجد فقط هيئات تحرير معينة ،حيث تتحقق هذه المطالب بصورة عملية.

في صحيفة "الاهرام" يجري تصنيف واحصاء للرسائل بمساعدة الآلات الالكترونية الحاسبة وتحليل للمواد المنشورة في الصحيفة حسب/ 30/ سمه بارزة.

يجري مثل هذا التحليل شهريا ويتيح فرصة مقارنة المعلومات الواردة من الجمهور مع المضمون الفعلي للأعداد الصحيفة.مثل هذا النظام من تحليل البريد يدخل ايضا في الصحف ذات الاصدار الكبير،حيث يجري هناك تحليل لجميع المواد المنشورة من خلال الآلات الالكترونية الحاسبة.

ومهما كانت الاهداف التي يرمي اليها من دراسة للرسائل فإنه مضطر في الوقت ذاته لتقييمها من وجهة نظر الدلاله الاجتماعية واهكية الموضوع وجديدها وتمثل الرسالة وتطابقها مع مصالح الجمهور واخيرا خصائصها الادبية.إن هدف هذا التقييم – اختيار الرسائل (فرز) والمواد التي تتوافق مع متطلبات الصحافة ولاجل طبعها لاحقا وا نقلها عبر الاثير، وكذلك من اجل ابداع انتاجات جديدة على اساسها.اثناء تقييم الرسائل والمواد يستخدم الصحفي طرائق منطقية ويجري عمليات فكرية بموضوعها بالاعتماد على معارفه وخبرته وحدسه.فالصحفي اذ يمارس اعادة تكوين المعلومات واعداد نصوص الرسائل للطباعة او وضع المواد الخاصة باستخدامها يستعمل طرائق العمل الابداعي تماما مكا يفعل ذلك في بداهه الذاتي.فبصرغ النظر عن استخدام الرسائل ومواد المراسلين الاجتماعيين على الصحفت وعبر الاثير – يعد جانبا اكثر وضوحا من جوانب العمل التنظيمي الجماهيري،اما لنتقاء الرسائل وطرائق ارسالها بثها- للجمهور الواسع لم تدرس بصورة كافية وكاملة وتحتاج الى تعميم والتنظيم. إن اي دور تقوم بتنفيذه الرسالة، فانها تبقى دائما فعلا من التواصل، مخصصا لرد جوابي من جانب هيئة التحرير. طبقا للمعايير الحكومية يقوم الصحفي باعداد الردود على جميع الرسائل غير المستعملة على الصفحة وعبر الاثير. هذا هو اتجاه آخر من اتجاهات لعمل التنظيمي الجماهيري لهيئات التحرير.هدف- الرد التعبير على الشكر للمؤلف على المعلومة المرسلة او الراي والاعلان عن شكل استخدام الرسالة او عن الاسباب التي تمنع استخدامها.

اذا كان الصحفي مهتما في تعاون المؤلف مع هيئة التحرير فان عمله يكتسب الطبيعة ذاتها مثل العمل مع المراسلين الريفيين والمراسلين الاجتماعيين بصورة عامة. وكما ان الانتاج الصحفي لا يصل الى الجمهور بفضل جهود المؤلف نفسه، بل وبفضل جهود العاملين الاخرين في هيئة التحرير، فان العمل ايضا مع الرسائل ومواد المراسلين الاجتماعيين يحمل بصورة اجمالية طابعا جماعيا بدءا من اقسام الرسائل وانتهاء في السكرتاريا او في الانتاج. ان مختلف العاملين في هيئة التحرير مشتركون في كل رسالة وفي كل انتاج لكل مؤلف غير عامل: العاملون في اقسام الرسائل، المراسلون والعاملون في تقسام الفروع وغير ذلك. بالاضافة الى ذلك، فان بعض اشكال العمل مع الرسائل تمتلك طابع العمل الجماعي المباشر: مناقشة الرسائل في مؤتمرات داخل هيئة التحرير وفي الجلسات الخاطفة وفي سياق الاجراءات التي تجري بصورة خاصة. لكن الى جانب هذه الاشكال فان وزنا نوعيا كبيرا يمتلكه العمل الصحفي الفردي بخصوص دراسة استخدام الرسائل.

وبتعميم الطرائق المستخدمة تجاه الرسائل والاعمال التي يقوم بها المراسلون الاجتماعيون يمكن القول بأنها تتضمن حسب أهداف وخصائص كل مرحلة من مراحل العمل طرائق تجريبية ومنطقية في المعرفة وطرائق الابداع الصحفي والعمل التنظيمي وتتحقق في شكل فردي وجماعي.

اننا اذ نبحث في هذه الطرائق بصورة تعميمية فقد صرفنا النظر عن حجمها الحقيقي في فاعاليات العاملين في مختلف اقسام الصحيفة وهيئات تحرير التلفزيون والاذاعة ان بعض انواع العمل مع الرسائل تقع بصورة كاملة على كاهل العاملينفي اقسام الرسائل،نذكر على سبيل المثال تحليل البريد بصورة اجمالية وتصنيفها وتعميمها ولذلك فمن اجلها ثمة ضرورة بالدرجة الاولى لامتلاك منهجية هذا العمل.

يمكن مصادفة بعض انواع العمل وبدرجة متساوية عند العاملين في جميع الاقسام وهيئات التحرير. ولذلك ينبغي على الصحفين من مختلف التوجهات والأطيان ومن وسائل الاعلام المختلفة ان يمتلكوا طرائق تحليل الوثائق واستخدامها في الصحافة وفي العمل التنظيمي. في هذا الصدد كان من المناسب لأغراض الاعداد والتأهيل الاكثر فاعلية للكوادر الصحفية بناء نموذج منهجي لعمل الصحفي في العلاقة مع الرسائل ومع المراسلين الاجتماعيين، يحتاج ذلك الى تحليل نظري لاحق لمجموعة الطرائق والاساليب المستخدمة بأكملها في الصحافة في الاتجاه المقصود.

وبالاضافة الى العمل مع الوثائق يدخل في وظيفة الصحفي قيادة المراسين الاجتماعيين وارشادهم وتنظيمهم وتدريبهم. في هذه الحالة يصبح وعي المراسل الاجتماعي وسلوكة مادة للعمل. فالغاية من التأثير على وعيهم غرس العقيدة الفكرية على اساس علمي والنضوج السياسي في نفوسهم والمسؤولية عن فعالياتهم غير المهنية في الصحافة وادراك الهدف الاجتماعي لوسائل الاعلام الجماهيري والدعاية اي تطوير عناصر الادراك والوعي المهني للصحفين والتي بدونها لا يعني شيئا التعاون الدائم في اجهزة الاعلام. الجانب الأخر لعملية التأثير هذه- تدريب المراسلين الرفيين والعمال وغيرهم من المراسلين الاجتماعين لعناصر والطرائق ومهارات الصحافة المهنية الضرورية وادخال المعارف المهنية.

ان تدريب وتربية المراسلين يحصلان من خلال اتخاذ اجراءات تنظيمية معينة في سياق المؤتمرات واللقاء اتو غيرها من اشكال الدراسة التنظيمية وكذلك في الاقسام غير التابعة للهيئات واللجان العاملة على اسس تطوعية مجانية فالاتصالات القائمة بين الصحفين والمراسلين الاجتماعين تتخذ اشكالا فردية وجماعية تعاونية. فالاجراءات المذكورة اعلاه تندرج في اطار الاشكال الجماعية.ولا يقل اهمية تواصل الصحفيين الفردي مع زملائهم من غير المحترفين،حيث يحصل في

سياق ذلك تحقيق اهداف ابداعهم، وتأثير عل وعيهم. هنا تلعب الصفات النوعية التى يتمتع بها الصحفي وخبرتة المهنية تلعب دورا خاصا ومتميزا.

بهذا الشكل يظر الصحفي لان يمارس العمل التربوي وفي الوقت ذاته العمل في مجال قيادة حركة المراسلين الاجتماعيين. ان حجم هذه الانواع من النشاط غير متعادل وليس واحدا عند الصحفيين العاملين في اقسام وهيئات تحرير الاذاعة والتلفزيون. والحديث عن طرائق الصحفي يمكن هنا فقط بصورة مشروطة وذلك لانها تندرج في اطار ما يحث اقل في النظرية وما استوعب بصورة غير كافية في الممارسة. لا جدال في أن الصحفي يعمل في هذا الميدان كما يعمل لعامل الحزبي ورجل الدعاية و المربي والأستاذ، و أن طرائقه الأساسية تتجلى في العقيدة و نشر الأفكار و المعارف. و لذلك فإن فاعلية عملية التدريب و تربية المراسلين تتوقف قبل كل شيئ على مستوى تأهيل الكوادر الصحفية ذاتها وتحديداً على درجة وعيهم لأهداف و خصائص العمل و أساليب ممارستها.

إن تربية و تدريب و تعليم المراسلين الصحفيين ترمي في نهاية المطاف إلى تحقيق ماهو مثالي في التعاون في أجهزة الصحافة، و لذلك تعد طريقة في التأثير غير المباشر على سلوكهم و بصحة أدق، على فعالياتهم الإعلامية غير المهنية. وفي الوقت ذاته يحقق الصحفيون أيضاً تأثيراً مباشراً عليه بممارسة التنظيم المباشر لحركة المراسلين الإجتماعيين.

يمكن حسبان بداية ذلك العمل على إختيار المراسلين الطوعيين و جذب الأفراد العارفين و الموهوبين و النشيطين و المعبرين عن الرآي العام و ممثلي مختلف شرائح و فئات المواطنين نحو التعاون. هنا الصحفي يستخدم تجربته و خبرته الحياتية و معرفته للناس أي أنه يعتمد على الطرائق التجريبية المعرفية للتقرب من الناس. و بعد ذلك يلجأ الى الإقناع، حيث يخلق لدى الأفراد الإهتمام أو يقوي

لديهم الحوافز المتوفرة عندهم من أجل التعاون مع هيئة التحرير و في الوقت ذاته يقوم بتقييم النتائج الأولية لإبداعهم بما في ذلك الرسالة إلى هيئة التحرير.

تستخدم طرائق الحفز و التشجيع المعنوي من قبل الصحفيين لأغراض تنشيط تعاونهم و ممارسته بصورة مخططة. النوع التالي من العمل الصحفي في الميدان التنظيمي – إحداث مجموعات من المراسلين و أشكال مختلفة من نشاطاتهم الجماعية. يدخل هنا المراكز – الوظائف – في المؤسسات، تجمعات المراسلين حول نقاط الغرسال و التدابير الجماهيرية للغستعراضات و التفشيات الفجائيةو غيرها. بصرف النظر عن أنه في الأدب يولي غهتمام كبير لهذا الجانب من العمل الجماهيري لهيئة التحرير و أساليبه فإن طرائقه و اساليبه لم تكتشف بصورة تامة.

و هنا لا يعد أقل اهمية التنسيق و التفاعل المتبادل بين هيئة التحرير و الإدارة و بين الأجهزة الحكومية و المنظمات الإجتماعية. هذا و تحتاج الظروف الكفيلة بنجاح مثل هذه الأعمال إلى تحليل تفصيلي. ينبغي على الصحفي امتلاك طرائق و أساليب العمل التنظيمي أيضاً في سياق تدريب و تربية المراسلين الإجتماعيين. يضطر لممارسة خلق الأشكال التنظيمية التي تكفل و تضمن دراسة المراسلين الزاعيين و العمال وتبادل خبرة تعاونهم مع هيئات التحرير، و كذلك إخبار المراسلين الإجتماعيين عن المشكلات الراهنة في الميادين الإقتصادية و السيسية و الإجتماعية و عن المهمات الموضوعة أمامهم.

و كمثال على نشاط كهذا يمكن الإستشهاد بخبرة المراسلين الشباب في محافظة حلب لدى الجامعة و كذلك على إجراء دراسة هناك تحت إشراف القائمين على العمل الصحفي في المدينة او المنطقة.

تؤكد الممارسة القائمة بان التنظيم الفعال لتعليم و تربية المراسلين الإجتماعيين يتوقف على التخطيط المدروس و المستقبلي للتدبير الذي يقوم على

تحديد تدقيق لأهداف هذا التأثير و المعرفة الدقيقة للحالة الراهنة لحركة المراسلين الريفيين و العمال.

كما و يعد العمل على تامين فاعلية حركة المراسلين الإجتماعيين اتجاهاً آخر في إستخدام الصحفي للطرائق و الأساليب التنظيمية. يوجد هنا خصوصية معينة بالمقارنة على تأمين فاعلية حركة الصحفيين أنفسهم. ففي حالة التاليف من غير العاملين في الهيئات ينبغي على العاملين في بنات التحرير الأخذ بالحسبان الموقف و الوضع الذي يستجد حول المراسل الريفي العامل و علاقته في مجموعة العمل. إن أحد الأهداف التي يضعها الصحفي نصب عينيه يجب أن يكون الدفاع عن مصالح المؤلف في الحالة الازماتية و التي تنشأ احياناً بسبب حركته و عمله.

بهذا الشكل يمكن التأكيد بأن الصحفي في العلاقة مع المراسلين الإجتماعيين مشغول باشكال مختلفة من العمل و النشاط، و من بينهما: أشكال العمل الجماعي و العمل الفردي و عمليات الإشراف و التنظيم بتعاون المراسلين الإجتماعيين و تدريبهم و تربيتهم. وفي هذا الصدد يستخدم الصحفي مجموعة كبيرة و واسعة من الطرائق و الاساليب و الوسائل بما يتطابق و خصائص كل شكل من اشكال هذا العمل.

ينبغي كذلك حسبان أن علاقته مع المراسلين الإجتماعيين تحمل طابعاً مزدوجاً، و تعد العلاقة متبادلة و تنشا عادة بمبادرة الشغيلة انفسهم الذين إختاروا التعاون في الصحافة من اجل تحقيق نشاطهم الإجتماعي و خصائصهم الإبداعية. و لذلك مهما كان نوع العمل الذي يمارسه الصحفي و مهما كان الطرائق التي يلجأ إليها من الضرورة دائماً الأخذ بالحسبان أن نتيجة تأثيره مرتبطة بخصائص شخصية المراسل المتطوع بخبرته الإجتماعية المهنية و قدراته الإبداعية و ميوله الشخصية و الأهم من كل ذلك، آماله و توقعاته و نشاطه كمراسل، و دوافع و أهداف سلوكه و تصرفه.

و كما هي الرسائل الواردة إلى هيئة التحرير فإن التعاون الدائم من خارج الملاك في أجهزة الإعلام تلبي إحتياجات معينة و مصالح شخصية و من حيث الجوهر تؤدي بالنسبة له هذه الوظائف أو غيرها. إن فاعليه مشاركة لشغيلة في عمل وسائل الإعلام الجماهيري و الدعاية تتوقف إلى حد كبير على أي مدى تبرر نفسها هذ التوقعات من جانب المؤلفين غير العاملين. من هنا تبرز بالنسبة للصحفي ضرورة حسبان دوافع نشاط المراسلين الإجتماعيين في جميع الحالات و أهداف إبداعهم. يفترض هذا الأمر دراسة سلوكهم و خصائص وعيهم. الشيء القانوني أن مجموعة من المنظمات الصحفية تلجأ لهذه الأغراض إلى الدراسات و الأبحاث الإستقرارية. "في محافظة ريف دمشق على سبيل المثال، دراسة المراسلين الريفيين و العمال أجريت أكثر من مرة في السنة" بهذا الشكل يمكن إبراز مجموعة من المحاور و الإتجاهات الرئيسية لإستكمال عمل الصحفي المتعدد الانماط في مجال تنظيم علاقات هيئة التحرير الجماهيرية.

قبل كل شيء إن إيصال طرائق هذا العمل إلى الكمال بالشكل المباشر مرتبط بالشكل اللاحق و بإدراك الوسائل و الطرائق و الأساليب و أشكال العمل و علاقتها في عمل الصحفيين أكان ذلك في النظرية أم في التطبيق، هذه الطرائق و الأشكال و الوسائل الموجودة و المنشرة بصورة واسعة في الصحافة و ذلك حسب الوظائف و الرتب و إختصاص و بُعد الجهاز و خصوصية قناة الإعلام. في هذا الفصل تناولنا فقط بصورة عامة هذه المسائل، حيث يحتاج الكثير منها إلى دراسة خاصة.

فيما بعد يجب أن يكون العمل التنظيمي الجماهيري لهيئات التحرير و اللجان قائماً على حسبان خصائص مثل هذه الظاهرة الإجتماعية المثيرة للإهتمام، ما يتجلى في العلاقات الجماهيرية للصحافة والتعاون الجماهيري للشغيلة مع هيئات التحرير. هذا العمل يجب أن ينطلق من تصور حول الرسائل و الأنواع الاخرى لمثل هذا التعاون كتعبير كامل موحد عن العلاقة المباشرة و العكسية بين الجمهور

و أجهزة الصحافة و يبنى بالشكل المناسب كعملية و احدة هادفة. إن تحديد اهداف العمل الصحفي يجب أن يعتمد على معرفة وظائف العلاقات الجماهيرية في نظام الصحافة، و حسبان أهداف و توقعات المراسلين الإجتماعيين. هذا الأمر سيرفع مستوى تأهيل الصحفي، ما هو ضروري من أجل تحسين الإشراف على حركة المراسلين الريفيين و العمال، و الإستخدام الفعال للرسائل الواردة إلى هيئة التحرير

و إلى جانب ذلك لابد من تطوير بعض أشكال و أنواع و منهجيات مستوى العمل مع رسائل المراسلين الإجتماعيين بغية رفع هذا مستوى. يندرج هنا الإعداد العلمي و تطوير الطرائق العرفية المستخدمة أثناء معالجة و تحليل الرسائل بما في ذلك الكم الهائل من بريد التحرير، و بعض الرسائل و طرائق إعادة المعالجة و تحويل المعلومات الموجودة في الرسائل و طرائق تنظيمها في الصفحة و عند الإصدار و البرامج التلفزيونية و الإذاعية و طرائق الإشراف على المراسلين الإجتماعيين و تدريبهم و تربيتهم، و كذلك طرائق التنظيم المباشر لعملهم ومراقبة نشاط فعالياتهم.ففي إطار العملية الكاملة لتنظيم التعاون الجماهيري للمشغيلة مع هيئات التحرير يجب أن يتوفر نظام مدروس لتربية وإعداد المراسلين الاجتمعيين قائم على التأثير الشامل. غير أن هدف مثل هذا الإعداد- ليس خلق محترفين في الصحافة، بل رفع مستوى تأهيل المراسلين الاجتماعيين بالذات.

ينبغي الأخذ بالحسبان بأننا انطلقنا من مستوى القائم في العمل هيئات التحرير الجماهري التنظيمي ومن الوضع الحالي لعلاقاتها بالجمهور. وذالك بقي خارج إطار الفصل المشكلات التي تكتسب في أيامنا مزيد من الخبرات ذات التأثير الموجه في الهيئة التحرير نحو بيئة وطبيعة هذه العلاقات أي مسائل التأثير على طبيعة وحجم بريد التحرير وعلى أنواع تعاون الجماهير في أجهزة الصحافة، يعد هذا الموضوع ماداه لحديث خاص متفصل.

إن كل هيئة تحرير إلى جانب ذلك يجب أن تتصور بصورة واضحة وفي دقة أي معلومة تحتاج من الجمهور من اجل عمل فعال وذلك عند تنفيذ رسالتها الاجتماعية والمهنية بالنسبة لرسائل المواطنين، وكذلك أثناء وعي وإدراك أهميتها بالنسبة للمرحلة المعاصرة من تطور الديمقراطية. انطلاقاً من هذه التصورت واعتبار الطابع القائم فعلاً للبريد الوارد إليها تستطيع هيئة التحرير بصورة هادفة التأثير على الجمهور بغية الحصول على المعلومة اللازمة أي تستطيع إدارة بريدها من حيث الجوهر.

إن كل هيئة تحرير ولنفسها تحدد الأهداف الملموسة لمثل هذا التأثير عارفة حاجتها من المعلومات بالاعتماد على خصوصيتها ومزايا الجمهور ؛يمكن أن يحتل المكان الأول من هذه الأهداف مهمة ضبط مؤلفي الرسائل والمراسلين الاجتماعيين الدائمين مع بنية وهيكلية الجمهور ما يعدُّ ضرورياً كي تعكس الرسائل آراء ومصالح كافة الشرائح من أجل علاقة تناسبيه مثالية بين المولفين، ممثلي مختلف المنظمات والمعرفة الخاصة والجمهور والرأي العام.

وفي الوقت ذاته انها لمهمة مسالة التأثير على مضمون وطبيعة الرسائل. يمكن ن يدور الحديث حول توسيع او تضييق دائرة المسائل التي تكرست لها الرسائل أي يدور الحديث حول توسيع أو تضييق دائرة المسائل التي تكرست لها الرسائل أي حول ضبط موضوعها وحول زيادة حصة الرسائل الإشكالية والخفاض عدد الأخبار الوصفية المتحدثة عن الوقائع وحول زيادة الردود على آقوال الصحيفة والتلفزيون والإذاعة وغير ذلك.

إن إدارة عملية العلاقة مع الجمهور يجب إن تضمن تطور جيع أشكال وأنواع تعاون المواطنين في أجهزة الصحافة. عن اهتماماً خاصاً يجب أن يولى إلى الأشكال التي تتولد نتيجة نشاط الجمهور خلافاً لتعاون هؤلاء المولفين الذين

يتحركون فقط بطلب من هيئة التحرير. على أية طرائق تلجأ هيئات التحرير من اجل تحقيق مثل هذا التأثير الإداري على الجمهور؟((19))

مثل هذا التأثير تمارسه قبل كل شيء النصوص والبرامج. إنه يحصل بفضل انعكاس المصالح الإعلامية لهذه الشرائح في أعمال الصحافة، التي ترى هيئة التحرير مصلحة لها فيها والتي ليس لها علاقات كافية معها.

إن العنوان الدقيق للنصوص والبرامج الملائمة وحسبان خصائص وعي هذا الجزء من الجمهور فيها يساعد في فاعلية التأثير على هذه الشرائح يمكن أن نسمي مثل هذا الطريق اسلوباً غير مباشر للتأثير على الجمهور إلى جانب ذلك ((20))

يوجد تحت تصرف هيئة التحرير طرائق مباشرة لتحفيز نشاط الجمهور: طبع (بث عبر الأثير) للرسائل والمواد التي يعدها المراسلون الاجتماعيون توجهات مباشرة للجمهور يدعوهم فيها للتعبير عن ردود الفعل، استخدام المناقشات وغيرها من أشكال المحاكمات على صفحات الصحف وعبر الأثير وغيره.

بالإضافة إلى ذلك أي هيئة تحرير تستخدم الطرائف التنظيمية بصورة مباشرة، لتكوين علاقاتهم الجماهيرية أي أشكال متنوعة من العمل الجماهيري ومن بينها اختيار المراسلين، تشكيل مجموعاتهم وتنظيم الدراسة وغير ذلك.

حتى مثل هذا التعداد المختصر لطرائق إدارة بريد التحرير يبين بأنه بالإضافة إلى الضرورة المدركة في الوقت الحاضر يوجد أيضا فرصة واقعية لهيئات التحرير لتنظيم علاقاتهم مع الجمهور بصورة هادفة ومدروسة علمياً.

الفصل الختامي

وحدة التخطيط التحريري



الفصل الختامي

وحدة التخطيط التحريري

لقد ألقي الضوء في الفصول السابقة على مسائل التخطيط التحريري وأسسه وأشكاله وأساليبه. واستعرضت المبادئ العامة للتخطيط للعمل في تحرير وخصائصه المتعلقة بخصوصية مختلف وسائل الإعلام الجماهيري والدعاية. .

وسنلقي الضوء في الفصل الختامي للكتاب هذا على بعض الجوانب النظرية للأسلوب الموحد (المتكامل)في التعامل مع مختلف مجالات نشاط المجتمع العربي السوري وعمله، بما فيه التعامل مع الصحفي.

وهذا مهم بالدرجة الأولى للإدراك الأفضل للتخطيط المحلي الهادف في تنظيم مهنة لنشر، وفي حل المسائل المهمة المتنوعة الماثلة أمام الصحافة.

ما هو الأسلوب المتكامل إذاً؟ ((21)) عن كلمة تكامل ، تكاملية، (من الكلمة اللاتينية - complexus أي الرابط، النماذج، الاقتران) وتعني جملة المواد والأفعال والظواهر والخواص والمفاهيم التي تكون كلاً متكاملاً.

وأخذ في الأعوام الاخيرة يستخدم في الصحافة والأدب والخطابات الكلامية مفهوم "الأسلوب المتكامل "المشتق عنها غنه يتضمن محتوى فلسفياً جتماعياً سياسياً واسعاً.

ون الأسلوب المتكامل المستخدم في الممارسة الاجتماعية وممارسة الدولة يتألف من الحساب المتأمل بشدة للحقائق، والإمكانيات، والوقائع، والروابط المعقدة والمتنوعة بين بعض جوانب الظواهر، والشمول متعددة الجوانب للقضايا والمسائل التي على الناس حلها في مرة واحدة وتنسيق متبادل، وبانتظام، وبصورة هادفة، ويفترض هذا الأسلوب أيضاً وضع طرق التوصل ووسائله إلى نتائج نهائية بأقل ما يمكن من الأضرار، وبأقصى حد من الفاعلية.

إن مبدأ الأسلوب المتكامل يكمن في أساس نشاط الدولة كله النظري ومتعدد الجوانب والسياسي والتنظيمي.

ويصبح هذا المبدأ الأساس في عمل الأجهزة الاجتماعية والاقتصادية. لننظر كيف يظهر في مختلف مجالات حياة مجتمعنا العملية:

1- الأسلوب المتكامل في النشاط الاجتماعي:

بفضل جهود الشعب السوري وفي فترة تاريخية قصيرة يبني في النشأة مجتمع متحضر ومتطور المتطور. إنه يستند على القوى الإنتاجية عالية التطور وإلى الصناعة المتقدمة، وإلى الزراعة الحديثة المبنية على البدايات العملية. وإن تحقيق في الحياة الأفكار العملية لتصنيع البلاد القطاع الزراعي متطوراً والقدرة الثقافية وتضامن الشعب وتكاتفه في أسرة محبة يسودها الوئام من المهام الأولى للإعلام السوري.

وإن بناء مجتمع متقدم متطور طرح مسائل كثيرة بطريقة جديدة متعلقة بتطور البلاد الاقتصادي والسياسي والاجتماعي والروحي هو الأساس. وازدادت المتطلبات من مستوى إدارة مجريات الحياة كلها وأسلوبها ومناهجها.

وان إحدى خصائص تحريك المجتمع السوري إلى الأمام تكمن في إن عملية حل عدد من القضايا المعقدة، والمترابطة في آن واحد. وتنفيذ بشكل مبدئي إستراتيجية البناء الحديث على أسس عملية، وهي مخصصة للمرحلة المعاصرة والمستقبل البعيد. إن هذه الإستراتيجية تعد استمراراً منطقياً للنهج العلمي القائم نحو إحداث قاعدة مادية تكنولوجية للتنمية وتحقيق الهدف الأسمى والتلبية المتنامية والكاملة لمتطلبات، وحاجات الشعب المادية والثقافية وضمان الشروط التي تلائم التطوير متعدد الجوانب للشخصية.

وهي تحدد التطور الديناميكي التدريجي المتوازن للإنتاج العام وتسريع العملية العلمية والتكنولوجيا، والنمو العام والشامل لإنتاج العمل، وزيادة فاعلية عملنا

كلــه ونوعيتــه، والــضمان لوحــدة أشــكال التربيــة الوطنيــة والقوميــة كلــها لجماهير الشعب.

وعدت الدولة الاعتماد على التركيز علـى الفاعليـة والتوعيـة جـزء مهمـاً لا يتجزأ من لإستراتيجية الاقتصادية، وكتوجيه رئيس الـسياسة الداخليـة كلـها. ويتعلق بحل هذه المسائل العديد من وتائر النمـو الاقتـصادي، والتحـسين اللاحـق لمستوى معيشة الشعب وللعلاقات الاجتماعية وللنظام السياسي.

ومن هنـا يبـدو واضـحاً أنـه دون الأسـلوب المتكامـل المـدروس في وضـع القرارات المسؤولة وتنفيذها يكون العمل مستحيلاً. وقد أشارت صـحيفة تـشرين: "لقد اتخذنا ذاك الأسلوب كسلاح لنا وسنطبقه بـشكل مبـدئي ومتتـالي في حياتنـا". وقد أقـر ذلـك في الوثـائق الرسميـة للدولـة مؤكـداً علـى إن الأسـلوب المتكامـل في العمل هو الصفة الأهم للأسلوب العملي في العمل الاجتماعي كله.

إن الأسـلوب المتكامـل قابـل للتطبيـق في مجـالات الحيـاة العامـة كلـها، وفي قطاعات العمل الحزبية والاقتصادية والفكرية والتربوية جميعهـا. ويعـد شـرطاً أساسياً وهاما "لزيادة فاعلية هذا العمل.

ويسمونه أحياناً بالأسلوب النظـامي؛ ذلـك لأنـه يتطلـب النظـر في مختلـف جوانب هذه الظاهرة كلها أو تلك في وحدة متكاملة، إن كل جانب جزء لا يتجـزأ من النظام الواحد.

وهذا الأسلوب لا يتطابق مع الأحادية، والانفراديـة، ((22)) والاسـتقلالية في طرح المسائل الملموسة وحلها وتغيير الكثير مـن المـسائل المترابطـة أو اسـتبدالها بمسألة واحدة وإن كانت مهمة جداً.

يتوافق الأسلوب المتكامل مع المبدأ العلمي للحلقـة الأساسـية الـتي تتطلـب إبراز الرئيس في الـسلسلة الأساسية للقضايا الحيوية اليومية.

وإن مبدأ السلسة الأساسية عنصر من عناصر الأسلوب المتكامل ودونه يفقد هذا الاسلوب قيمته العملية، وإلا فيمكن ان يفقد الرئيس في النظام العام للإجراءات الممكنة والمقررة في هذه الحالة، ويمكن للمسائل الأكثر أهمية إن تستبعد من قبل المسائل الأقل اهمية. لذلك إن مبدأ السلسلة الأساسية هو المحور لمركزي للأسلوب التكاملي، أو التكاملي الذي يعطيه التوجه العملي الصحيح. الأسلوب متعدد الجوانب، وينحصر جوهر الأسلوب التكاملي في مجال الاقتصاد في التحديد الصحيح للأولويات، أي تتابع حل القضايا بالتناسب مع أهميتها بالنسبة للاقتصاد الوطني وفي تركيز القوى في الوقت المناسب، وكذلك الموارد، وإمكانيات العلم والتكنولوجيا في الاتجاهات الرئيسية لتطوير الفروع الاقتصادية مع حساب المصالح الحكومية والاقتصادية العامة.

القدرة على إظهار السلاسل المحددة تلك حيث مقابل نفقات أقل يمكن الحصول على الأثر الأقصى والأسرع، والقدرة على وضع الحلول لأي مسألة، من وجهة نظر النتائج النهائية. في هذا ذاته يمكن فن التخطيط، وعموماً القيادة الاقتصادية.

ففي وثائق الدولة أشير إلى الاحتياطات الرئيسة لتشريع تطور الاقتصاد:

تحسين نوعية التخطيط، فاعلية الجهود التنظيمية، الاستخدام المتقن أكثر للحوافز والمشجعات لتحقيق أعلى درجة من إنتاجية العمل، والتنظيم والنظام والانضباط و الالتزام القوي بالانضباط في العمل والخطط والتكنولوجيات، والاستخدام العقلاني والمهتم لكل ما ينتجه الاقتصاد الوطني.

وقد حددت الحلقات الرئيسية في مختلف الفروع، وأبرزت القضايا الكبرى وذات الأولوية الناشئة بين الفروع.

فمثلاً، إن المسألة ذات الأولوية في البناء الأساسي تنحصر في القضاء على عملية تبديد القوى والوسائل، وفي التركيز على الإقامة السريعة قدر الإمكان -

لتلك المنشآت التي ستساعد على زيادة الإنتاج، إنتاج السلع ذات الضرورة الخاصة للبلاد. إن الأسلوب التكاملي في العمل الاجتماعي يعني، حسب تعبير الباحث المصري سمير أمين، انصهار العمل النظري والعمل العملي. وإنه يقوم على الاستخدام الصحيح للحلقات الإيجابية في المرحلة الراهنة ولمنجزات العلم، وعلى القاعدة المتينة للتقديرات متعددة الجوانب، وعلى المعلومة الدقيقة والتحليل العميق للتجربة الحية، وعلى العمليات الإيجابية والظواهر والتوجهات في الحياة الاقتصادية و الاجتماعية في الحياة ترابط متبادل واشتراط متبادل، الأمر الذي دونه يكون غير معقول انتقاء القرارات الأمثل. ((24))

ويفترض هذا الأسلوب تثبيت أسلوب العمل العلمي الذي يجسد في ذاته المبدئية في الحلقات كلها، والرقابة الدقيقة، ومتابعة تنفيذ القرارات المتخذة، والعمل المتقن مع الكوادر والقيادة الجماعية.

ولا يعرف هذا الأسلوب الشكلية ولا يتوافق مع العقيد الجامد ولا يقبل بالطريقة الآلية غير المدروسة؛ وأيضا عملي الذاتية (الشخصية) والعفوية والقرارات والأفعال غير المدروسة والمتسرعة وغير المدعمة بالقاعدة المادية الحقيقية، وتجاهل التجربة العملية وعدم الرغبة في تقدير النجاحات بالوعي وبالنقد الذاتي، وعدم الرغبة في حساب الصعوبات والنواقص.

والجانب الهام في الأسلوب التكاملي في العمل الاجتماعي هو يعتمد على التنبؤات العملية، ويشمل قيادة تطور المجتمع الاقتصادي والسياسي والاجتماعي والأيديولوجي، ويتضمن القدرة على رؤية المستقبل والإصرار على تحقيق الهدف المنشود وغن الصفة المميزة لذا النظام بالنسبة لهذه الأيام هي التطور المكثف لأشكال التخطيط المستقبلي وأساليبه.

وأخيراً، لقد أكدت الدراسات العملية المعاصرة على الأهمية الكبيرة للأسلوب التكاملي في مجال العمل الإيديولوجي التربوي - على ضوء الواقع العالمي والمحلي الجديد..

إن الظروف المعاصرة، يقول سمير أمين، تطرح مهام جديدة على نشاط القوى الجديدة. "وإن تجربة المنظمات الحزبية والأهلية تدلنا على الطريق الذي إن سلكناها نستطيع تحقيق رفع فاعليته. وهي الأسلوب التكاملي في مجال طرح كل قضايا التربية، أي توفير الوحدة الوثيقة بين التربية الأخلاقية والفكرية – السياسة والعملية وبين حسبان حساب خصائص مختلف فئات الناس". ((25))

إن الدولة بمعالجتها للعوامل الاقتصادية والاجتماعية والتنظيمية والإيديولوجية من خلال وحدتها الدياليكتيكية وتفاعلها يعير في الأعوام الأخيرة اهتماما خاصاً ومركزاً بعملية تحسين نظام العمل الفكري التربوي كله وجعله متناسباً مع الظروف الراهنة المتطورة والعولمة في الساحة الدولية.

وأصبح العمل الإيديولوجي من حيث الجوهر هو الميدان التقدم للنشاط في مجال تحقيق ذلك في الواقع وهدفه تكوين الإنسان الجديد، والشخصية بصورة متناسقة متميزة بالمستوى العالمي من الوعي والثقافة والمسؤولية الوطنية وبالأفق الواسع والفكر الإبداعي وبالمتطلبات الروحية المتطورة.

عن مسائل تربية القدرة العالية على التفكير، والمستوى العالي للفكر، والوطنية السورية، والتضامن العربي، والشعور بأنه صاحب البلاد، والعلاقة المسؤولة بالعمل، والممتلكات الشعبية والثقافية، والانضباط الذاتي وعدم التعايش مع رواسب الماضي، وتكوين الموقف الحياتي النشيط، كانت مثبتة كمهمة مركزية للشعب والدولة في سوريا وللمنظمات الاجتماعية كلها "حول تحسين التخطيط وتقوية تأثير الآلية الاقتصادية ونوعية العمل" وعدد آخر من الوثائق الرسمية والحزبية.

وتعطى أهمية كبيرة لتطوير اليقظة السياسية، ولتطعيم خبرات النضال الهجومي مع المظاهر الإيديولوجية العولمة والأخلاق الغربية. ويعطى اهتمام متزايد لتربية الشبان تربية وطنية على الخصال الثورية والقتالية والعملية، ولتقويتهم السياسية والأخلاقية والعملية. وتكوين العقيدة العملية لدى جماهير الشعب الواسعة. والفكر الوطني العملي الذي يتألف من انصهار المعارف والقناعات الحقيقي هو لب العملية الفكرية التربوية وجوهرها. ويتجاوب الأسلوب التكامل في التربية إلى درجة كبيرة مع الأهداف المبرمجة للنشاط المستقبلي. وبصفاته العامة يؤدي إلى:

تحديد أهداف التربية، أي، تكوين تلك الصفات التي يجب الوصول إليها، وأخذ خصائص مختلف فئات السكان الاجتماعية والمهنية والعمرية والسيكولوجية بالاعتبار. وضمان الزيادة اللاحقة لفاعلية العمل الفكري التربوي باستخدام العوامل والمشجعات ووسائل التربية كلها والتأثير التربوي: قوة المثال الإيجابي، وتنظيم المسابقات الإبداعية، ونظام التربية العملية، والنقد، والنقد الذاتي، والدعاية الشفهية (الكلامية)، والابداع العلمي التكنولوجي والأدبي، وجماهيرية الرياضة البدنية والرياضة والأدب والفن والمدرسة، المؤسسات الثقافية التنويرية و الإيديولوجية، والصحافة، والإذاعة، والتلفاز والإمكانات الأخرى مقترنة مع بعضها، وإظهار الاهتمام اللازم والضروري بالتوعية العالية وتأثير الإجراءات المقامة.

والالتزام في الواقع بالوحدة العضوية لأشكال التربية الفكرية السياسية والأخلاقية والقانونية والجمالية والجسدية، وغيرها من الأشكال لفئات السكان كلها دون استثناء.

واقتران أساليب التنوير والتثقيف الجماعية والفردية والتأثير الدعائي، وإظهار أفضل نماذج العمل، وجذب الناس إلى النشاط الواعي، في مجال رفع فاعلية

الإنتاج وإدارة القضايا الاجتماعية العامة. وتحقيق التنسيق الدقيق بين جهود المنظمات الحزبية التربوية، والنقابات، واتحاد شبيبة الثورة والمؤسسات.

الأيدلوجية والفرق العمالية في مجال الأنتاج وفي الموسسات التعليمية، والمراكز الثقافية، وإمكانية استجمام السكان وراحتهم وفي إمكانية أقامتهم، ذلك في سبيل أن تؤثر الإجراءات التي يقومون بها على تثبيت القانون الأخلاقي لبناة الوطن، في وعي وسلوكهم وفهم كل مواطن وحدة الحقوق والواجبات المثبتة في دستور الجمهورية.

إن دور العمل الفكري التربوي في فريق العمل كبير بشكل خاطىء وعظيم، وإنه مدعو للمساعدة على تنامي النشاط الانتاجي والاجتماعي لدى الناس وعلى تطوير افضل صفاتهم الاخلاقية. ((26))

وان الخطط المتكاملة للتطور الاجتماعي والاقتصادي التي وضعت للخطط التنموية تشكل الاداة المثبتة للتحقيق الفعلي، والعملي للهداف والمهام المتنوعة للعمل الايدلوجي التربوي بقترناها بالعمل السياسي والاقتصادي:

ففيها- بالتوافق مع افاق تحسين الانتاج- تحدد مهام العمل التنظيمي والسياسي وترابط، في الفرق العمالية وتحدد الاجراءات التي ستتخذ في مجال تنظيم الدراسة المهنية والتثقيفية العامة، ورفع المستوى الثقافي للعمال والمستخدمين وتحسين ظروف عملهم وحياتهم. إن هذه الخطط تعد وتوضع في المصانع والشركات وكذلك على مستوى المنطقة والمدينة.

2ـ التخطيط التكاملي للعمل الاعلامي:

إن الاسلوب التكاملي يتعزز اكثر فاكثر في الممارسة الصحفية. وإن صعوبته ناتجة عن الدور المتنامي للصحافة والاذاعة والتلفاز في حياة المجتمع السوري وكما أكد نتيجة لبذل الجهود اليومية من الحزب، والدولة، الموجهه الى رفع المستوى الفكري، وتنسيق عمل وسائل الاعلام الجماهيري والدعاية وسرعتهم فقد

اخذت تتعزز اكثر فاكثر تأثيراتها عل تطور الاقتصاد والعلوم والثقافة، على كل الحياة الاجتماعية العامة. ولقد حدد المؤتمر القطري الاخير برنامج عمل الصحافة القادم، ودعى المنظمات الحزبية والصحفية الى تحقيق الفعالية اليومية الدقيقة والملموسة لهذا العمل، والعمل على رفع نوعية العمل الاعلامي وتأثير المواد المنشورة.

والى جانب اضاءة مسائل تطوير الاقتصاد والعلوم الثقافية يفرض على الصحف واجب الابقاء ضمن دائرة اهتمامها دائما على مسائل العمل الفكري التربوي في اوساط الناس، وبخاصة الشبان واليافعين. وجاء في الدراسات الاعلامية الاتي:((27))

((يجب على الصحافة والاذاعة والتلفاز التأثير أكثر فاكثر على تكوين العقيدة العلمية، والعلاقة المسؤولة بالعمل والاخلاقية العالية لدى المواطنين السوريين، والاضهار الواضح وكلي لحسنات نمط الحياة الحضاري_المدني.

وبحزم الكشف مؤامرات الدعاية الصهيونية، ومكافحة التراجع عن معايير الاخلاق العامة.

ولابد من الاستخدام الاوسع للصحافة في سبيل تعزيز فعالية العمل الايدلوجي، وبينت الاسلوب المتكامل (التكاملي) في التعامل مع طرح كل قضية تربية وزيادة دور الاسرة والمدرسة وفريق العمل والنشاط الاجتماعي في تكوين الانسان السوري.

بالطبع، إن توفير التوظيف الامثل لنظام وسائل الاعلام الجماهيري والدعاية كله والدخول الى فعاليتها العالية مستحيل دون الاسلوب لتكاملي في العمل الصحفي.

إن هذا الاسلوب يتألف من العناصر المهمة جداً التالية:

التخطيط وحساب مستوى الاطلاع، والتجربة الاجتماعية، والمصالح، والامزجة، وحاجات مختلف فئات السكان وخصاصها، والتنظيم المتقن للعمل، وإختيار أكثر الاشكال والاساليب في العمل الابداعي فاعلية، وإنتقاء الكوادر الصحفية وتوزيعها وتربيتها، وزيادة مهاراتهم الفكرية والمهنية، والرقابة وما تثمره المواضيع المنشورة في الصحافة، والتعاون المتبادل الواضح مع اللجان الصحفية وتنسيق وسائل الاعلام الجماهيري والدعاية.

الاسلوب المتكامل هو - بالدرجة الاولى- مبدأ التنظيم العملي لعمل اي جهاز تحريري، فهو الذي يسمح بتركيز الجهود جهود الجماعة كلها على التوجهات الاكثر إلحاح لنشاط الدولة والشعب، وإخضاع هذه الجهود و المسائل الجارية والمستقبلية كلها مع إبراز الحلقة الرئيسية في السلطة العامة بالظواهر، او تكوين موقف ثابت ومبدئي لجهاز التحرير مع الوسائل الملحة جميعها.

والالتزام بالوحدة الديالكتيكية لعمل الصحفيين التنظيمي والادبي، هو الشرط الاكثر اهمية فيه. إن الاسشلوب التكاملي هو ايضا منهج. إنه يفترض ان يدرس الصحفي عند معالجته لموضوع محدد وليكون إقتصادي او إنتاجي، او حزبي او ايديولوجي، او اخلاقياً، او غير ذلك، وبدقة ذلك الموضوع (الهدف) الذي يتوجب أن يؤثر عليه مع حسبان عوامل الحياة الاجتماعية التي تؤثر على الانسان كلها او أن يرى امامه القارئ المحدد(المشاهد، المستمع)، الذي يتوجه اليه. ولابد من ان تكون كل مقالة حاملة في ذاتها معلومة جديدة، وقيمة، وان تولد في الجماهير الاهتمام والصدى، وان تغني الانسان روحياً، وان توقد التفكير والعمل الفاعل في فائدة المجتمع.

يجب على الجريدة ان تشير امام الواقع الراهن وان تستجيب للاحداث كلها وان هذه الوصية العلمية تحافظ على ثباتها في ايامنا هذه ايضاً.

الاسلوب التكاملي هو ايضاً طريقة للكشف عن اي موضوع بشكل كامل، وبصورة واضحة ومقنعة ومؤهلة. ويتضمن البحث الابداعي، والاستخدام لمختلف انواع الاجناس الصحفية، والمخزون الفني من الوسائل الفنية والادبية الاجتماعية، او المهارة الصحفية بأسم الوصول الى النوعية العالية وفعالية المشورات الصحفية.

وبعبارة اخرى، ان المستوى العالي للثقافة، واسعة الاطلاع عند المواطنين السوريين يتطلب مطالب جدية من اسلوب العمل الصحافي. ولقد حان الوقت لان يقضيب العاملون في الجبهة العلمية الفكرية على ممارسة التكرار الالي، والتلقائي، وغير المدروس للحقائق الاولية التي لا تزال موجودة هنا وهناك، وعلى الثرثرة الكلامية.

حان الوقت لوضع قاعدة للحديث مع الناس بلغة مبسطة وسهلة ومفهومة، والكتابة مع وضع في كل عبارة حية واحاسيس.

في اخر المطاف ان هدف الصحافة كسلاح قوي هو تجنيد الشعب السوري للنظال في سبيل تحقيق افكار بلدنا وثوابته ومبادئه.

وترجيه الطاقات في مجرى العمل المحدد عملياً والضروري اجتماعيا. والضمان الايديولوجي لنشاط الجماهير الاجتماعي والسياسي والعملي، وتربية الناس على نماذج الايجابية الافضل للسلوك الرفيعي والاخلاق. هذا بالذات ما يشترط تكاملية التخطيط لنشاط الصحف والتلفاز والاذاعة.

وليس مصادفة ان يعد التخطيط الحلقة المركزية وجوهر الاسلوب التكاملي في التعامل مع الممارسة الصحفية.

فالخطط التحريرية تجد لنفسها التعبير عن الثوابت الارشادية للحزب وسعي الفريق الصحفي وقدرته على تحقيقها في الواقع وكأنه تجسيد مادي اولي في

غضون ذلك لن جهاز التحرير يهتدي بالمبادى الوطنية -القومية الواجدة بالنسبة للاجهزة الصحفية كلها: ((28))

- لدى كل جهاز صحافة (كما هو لدى كل قناة إذاعية او تلفزيونية) يجب ان يكون تخصيصاتها وقراءها (مشاهدوها، مستمعوها) هما توجهها الرئيس وموضوعها الذي يحدد وجه المطبوعة او الاصدار.

- يجب ان تكون المواد المنشورة فعالة وحيوية وممتعة، وان تمتاز بالجدية والدقة، وتقدم بشكل مفهوم بحده الاقصى

- على الجريدة ان تقيم علاقات دائمة مع المواطنين، ومع حياتهم، ومع ضروف العمل والحياة، وان توفر قرب محتوى مقالاتها من التجربة الشخصية عند القراء.

- يجب على الجريدة ان تدعم مبادى الجمهور بكل وسائل وتطورها، وان تكون مبديه ومثابرة في إيصال العمل الصحفي حتى النهاية.

- يقول سمير نوف: ((والهام ايضاً ان يكون اصحاب القرار واثقين من ان كل شي صحيح ومفيد اجتماعياً، وان الحديث يدور حول تطوير المبدرة الجديدة، والمبادرة الشعبية او ان المنشورات النقدية، سوف تدعمها الجريدة. عند اذن سيقرون فعلا جريدهم)). ولم اذاً لا ينحصر التخطيط التكاملي لعمل فريق تحرير محدد لفترة زمنية معينة بدقة؟

بالدرجة الاولى ينحصر في شمول المجالات المهمة جداً كلها والظواهر وجوانب حياة من تخدمه الجريدة السياسية والاقتصادية والاجتماعية من تخدمه القنوات التلفازية والاذاعية وفي المناطق. وهكذا تتشكل اسس التخطيط الموضوعي وفي تحديد الحلقة الرئيسية، وفي تقسيم خطوط العمل الرئيسي لكل قسم تحليل وجهازه عموماً.

وفي معالجة الموضوع المكرس لاوسع جمهور، وكذلك ولاعداد منتقاة ومن اهم الفئات الاجتماعية بين السكان، وفي التناسب المدروس بين المواد الخاصة بالمواضيع الداخلية والدولية.

وفي الصمان المنظم لالقاء الضوء على بعض الفعاليات او على المقالات المتكررة <<الرئيسية>> والحملات، والقضاية المباشرة، وإ جراء مناقشة للمسائل الرئيسية والافعال التي تضمنها الخطة، وفي جلب الاقسام والصحفيين كلهم الذين يكتبون بمختلف الاجناس الصحفية (الريبورتاج، تحقيق، المقالة، الساخرة وغيرها) الى تنفيذها، وكذلك جذب الشعب وكادر المؤلفين الواسع الى تحقيق هذا الهدف، وفي القيام بالاجراءات الجماهيرية لهذا الهدف من قبل جهاز التحرير (لقاءات ((وراء لطاول المستديرة)) ومؤتمرات صحفية، او سبر ما تسفر عنه المقالات من نتائج وغير ذلك). وفي مراجعة الاضاءة وتنسيقها على الاتجاهات التي حددتها هيئة التحرير مع الثوابت الادارية، التي تقود المطبوعة، وايضاً في ربط العمال الجريدة، وبالاجراءات التي تقوم المنظمات الحزبية الايديولوجية والاقتصادية وغيرها.

وفي تنسيق اعمال جهاز تحرير الجريدة مع الوسائل الاعلانية الاخرى، وكما قلنا سابقاً، تستشير الاقسام في الجريدة الفعلية عادة وقبل ان تدخل هذا الموضوع او ذاك في الخطة الاقسام الفرعية، ومن ثما يطرح مشروع الخطة المدقق للنظر فيها من قبل هيئة التحرير، وبعد التصديق عليها يصبح وسيلة ملزمة.

وأضهرت التجربة ان التخطيط الشهري الربعي لعمل هيئة التحرير لا يسمح دائماً بالحفاظ على التوارث المواضيعي بالتحديد الدقيق لتوجيه الجريدة لفترة زمنية اطول حت نهاية العام او لفترة القيام بالحملة، او انها تخرج خارج اطار الموعد المحدد في الخطة، خطة التمية اي انها لم تستطيع ان تكون ضمن اطار الربع التقليدي)، لذا في العديد من هيآات التحرير وليس فقط في صحف المدن

والمناطق، بل في عدد من الصحف المركزية قد انتقل الى التخطيط نصف السنوي وحتى التخطيط السنوي المستقبلي، وهذا يعطي الامكانية لتحديد الخط الرئيس في الجريدة. وان هيئة التحرير تستطيع بدورها جذب اقسام الحياة الاجتماعية والدعاية، والثقافية والحياة الى تغطية المسائل الاقتصادية وبتغطية المسائل الايديولجية تستطيع جذب اقسام الاقتصاد والبناء الحكمي والدولة والرسائل والاخبار وومعالجة المشكلة الرئيسية المطروحة من مختلف جوانبها ،

والعودة من جديد اليها ما دامت لم تستوعب بعد من قبل الجماهير او لم يوجد الحل البناء لها، وهكذا، يتمك فعلاً تحقيق الاسلوب التكاملي المنظم في معالجة القضايا الكبرى، وفي القيام بحملات طويلة الامد او المناقشات. وتحدث الظروف الافضل للحساب النضالي للمصالح والمستوى التعليمي والوضع الاجتماعي والمهني لمختلف فئات القراء.

3. التنسيق بين وسائل الاعلام الجماهيري والدعاية:

يصبح تقارب المضمون الابداعي والتعاون المشترك بمختلف الانواع الصحفية _ الصحافة والاذاعة والتلفاز ضرورة حيوية ملحة وقانوناً موضوعياً.

وحسب التطور العاصف للصحافة والاذاعة والتلفاز ينمو متسارعاً سيل الانباء، وان الجماهير الان تتعرض للتأثير الكلي المتقاطع من قبل وسلتين او اكثر من وسائل الدعاية في آن واحد، وبما ان قيادة كل الصحافة في مجتمعنا متمركزة في أيدي الحزب مع بعض الاستثناءات، ان الصحافة و الاذاعة والتلفاز تقوم بمهام مشتركة في مجال تطور الرأي وتكوينه والوضيفة الثلاثية الموحدة للدعاية الجماعية، والتحريض والتنظيم، وتعد منافسة، وفي المجال الايديولوجي، والاقتصادي تنشأ الضرورة للتنسيق بين اعمالها اي في مجال تنفيذ التأثير المركزي في آن واحد على اوسع فئة من الجماهير، واشار المؤتمر القطري الاخير الى الاهمية الكبرى للتطوير اللاحق للتنسيق والتوافق في إلقاء الضوء على الضواهر ومجريات الحياة من قبل

وسائل الاعلام الجماهيري والدعاية في سبيل زيادة دورها في عملية التطوير والتحديث.

إن التنسيق يعني طريقة توحيد جهود هيئات تحرير المطبوعات الدورية (الصحف والمجلات) والاذاعة والتلفاز في سبيل التوافق، من حيث زمن التعاون عند القاء الضوء على هذا الموضوع الحيوي او ذاك بهدف تحقيق ما ،مكن من النتائج لسياسية والايديولوجية والاقتصادية بشكل اكبر.

وتكشف الصحيفة والتلفاز والاذاعة بصورة هادفة وعلى اساس النظرية العامة دون ان تكرر ودون ان تستبدل بها المادة الحياتية ذاتها ووسائلها الخصة. وكقاعدة إن كل شخص سوري يستخدم في آن واحد عدد مكن مصادر المعلومات الامر الذي لايعيق تقديمه، او تفضيله لهذا النوع من الصحافة او ذاك، وينهل عادة الانباء السريعة من الاذاعة والتلفاز اما الصحف تلبي حاجته من المعلومات العامة والموسعة والمعلق عليها واهتمامه بالتقديرات الموسعة للاحداث المتناثرة، والتنسيق لها بهدف توفير التوافق الامثل بين قنوات المتعلمات كلها بعتبارها الحسنات والافضليات الدعاية لهذه القنوات كلها.

إن الجريدة تمتلك سلاح الكلمة المطبوعة، وتتمتع بالقدرة على التأثير في آن واحد على الجمهور بمجمل معلوماتها التي تتضمنها، وتتصف الصحافة المطبوعة بالطريقة المنطقية_ المفاهيمية لتصوير الحقائق والاحداث بمجريات العصر، ان الصحفي في الجريدة حسب تعبير باوستوفسكي البليغ، يثبت كل يوم في الحياة على صفحات العدد الرصاصية، وان اكثر جوانب الجريدة قوة هيا: الوثائقية (الكلمة المطبوعة تبقى وثيقة اليوم، والعودة اليها تكون دائماً ممكنة) والتحليلية والتتابعية والانتصام والاريحية في استيعاب المعلومات (يمكن قراءة الجريدة في اي مكان).

واضهرت الدراسة التي اجرية في عامي 1999-2000 في القاهرة ان الجريدة تقدر اكثر من غيرها، من قنوات المعلومات العامة من وجهة نظر الوفرة

والموضوعية وقوة التأثير، ومن خصائصها تلبية حاجات الجمهور الاكثر تبايناً وتنوعاً. الطلبات على المعلومات التحليلية، ومن حيث كمية الانباء التي تضهر فيها الروابط والعلاقات بين الحقائق والاحداث والضواهر يبقى نفوذ الجريدة اكبر.

إن وسائل الاعلام الجماهيري الالكتروني والسمعية والبصرية الاذاعة والتلفاز تتمتع بخلاف الجريدة بالافضلية من حيث السرعة والتزامنية في نشر الانباء (اي، نقل الانباء من مكان الحدث وفي لحظة وقوعه) وفي نقل ثورات الكلمة الحية واللوحة البصرية للواقع، وإقامة تواصل ثقة مع القراء والمستمعين، وفي انفعالية الانطباعات عدى الصفات العامة لدا الاذاعة والتلفاز خصائصهما الفردية.

ان الدراسة المتكاملة في آن واحد بمختلف انواع الصحافة لهذه القضاية او تلك، او القيام المشترك للحملات الاقتصادية والسياسية العامة، والتتابعية المبدئية، والاستخلاف في البرامج والتعليق على الانباء، والدعم للمقالات كل هذا يسمح بتصوير الحياة بصورة كاملة ويشمل في آن واحد الجمهور واسع جداً بالمعلومات الفكرية والسياسية، ويحقق الفاعلية العالية نوعياً للمقالات.

إن التنسيق يكون مشروطاً بالحيوية الفكرية السياسية للموضوع المختار او بالاستعداد التنظيمي والسيكولوجي للعمل المشترك بين جماعات التحرير، وبدرجة تزويد المنطقة بوسائل، الاعلام وبالمستوى الثقافي والتعليمي العام للجمهور.وخلال عملية التنسيق لنشاط مختلف وسائل الاعلام ينفذ التمييز لواضح في آن واحد، وتحدد واجبات هيئات التحرير في الصحف والاذاعة والتلفاز ويتوصل الى التوحيد و التكامل المتبادل لجهود الشركاء في الاتجاه المقرر.

و إن تقسيم العمل باذات و معه تنسيق اعمال الصحافة والاذاعة والتلفاز يسمحان بالكشف الكامل عن الحقيقة كلها بشكل عام عندما تكون حركة الصحافة حيوية. ويعد التخطيط المتكامل البداية المنظمة للتنسيق، وتكمن في اساسه مبادىء العمل المشترك بين اجهزة الصحافة والتلفاز و الاذاعة تلك، مثل عدم

إنقطاع سيل المعلومات الاجتماعية، وتكرار الاضافة الى المضمون للانباء المعلن عنها بأنباء جديدة، ووتطوير الفكرة (الموضوع) والاستخدام المتقاطع للمواد لمنشورة(الصحفية في المذياع، التلفاز والاذاعية والتلفازية في الصحف) والاخطاء المتبادلة للجمهور.

يبدأ التخطيط في معالجة افكار التعاون، ومن اقامة العلاقات والروابط المتبدلة بين المواضيع، ومن تحديات المقالات المخصصة لمختلف فئات القرار والمستحقين والمشاهدين (العمال والعاملين في الحقوق والشبان وغيرهم) وتحديد دائرة المؤلفين، واشكال تحقيق الامكانية الابداعية (يقصد هنا، الوسيلة وفي اية مرحلة من التعاون يتم تحريكها الى المقدمة، اي القادرة عن تصوير الواقعة والحقيقة والحدث_الظاهر بفاعلية اكبر)، وتابعية نشر المواد واستخلافها ومن ثما يتم وضع جدول شبكي يشار فيه الى المواعيد الخاصة لاصدار المواد والى المسؤولين عن اعدادها، والى بث الأجناس والعناوين والأقسام وغيرها، كما يحدث عادة في ظروف هيئة التحرير الواحدة. إن الخطة المدروسة بدقة حتى النهاية، والمعززة بالعمل التنظيمي من حيث تنفيذها تضمن المجال المطلوب للحملة الدعائية وتعد الدليل الموثوق في الطريق إلى النجاح.

وإن التعاون يمكن إن يتحقق في أطر نوع واحد من الصحافة، الجريدة المركزية، والمنطقية، والاقليمية، ومتعددة النسخ، والمذياع والتلفاز.

وهذا ما يسمى بالعمل المشترك الشاقولي، ويمكن أن تشكل مثالاً على ذلك مقالات الصحف المحلية كمراسلين مشتركين للإصدارات المركزية، أو الدعاية لمباريات والتجربة الرائدة (وهذا) إن ميكانيكي بعض الطلاب في كلية الكهرباء والميكانيك في جامعة دمشق الذين استخدموا الأسلوب التكاملي، في استخدام التكنولوجيا في جمع طرق جديدة للطاقة واستكشافها، فكانت قد ألقي الضوء عليها بداية في الجرائد المحلية، ومن ثمة وجدت انعكاساً لها في الفضائيات العربية،

والعديد من الصحف الأخرى المركزية والمحلية في أنحاء البلاد جميعها أو إعداد الاستوديوهات المحلية (للهيئات الإذاعية التلفازية) للبرامج من أجل قنوات التلفاز المركزي (الإذاعة المركزية).

وغالباً ما تمارس العمل المشترك التزامني كذلك حسب الأفقي عندما تتمركز جهود إما عدد من أقسام هيئة تحرير واحدة وإما هيئات تحرير عدد مختلف من وسائل الإعلام في حدود منطقة واحدة (مباشرة ثلاثية – الصحف والإذاعة، والتلفاز أو بطريقة ثنائية – الصحف والإذاعة أو الصحف والتلفاز أو الإذاعة والتلفاز) إن مثل هذا النوع من يتخذ عادة في فترة التحضيرات للمؤتمرات، والمناسبات الوطنية الاحتفالية الكبيرة، وعند تنظيم القيام بالحملات الاقتصادية والسياسية. وهكذا، إن أستوديو تلفاز- دمشق أقام بالاشتراك مع الصحف متعددة النسخ في المناطق والمدن – مسابقات للحصول على لقب أفضل مدينة ومنطقة.

واضحت تقليدية أيضاً أيام العلوم التي تقام دعم من الصحف المحلية وتلفاز البلاد تحت شعار ((في الجريدة صباحاً وعلى الشاشة مساءً)) فالجريدة تنشر أخباراً ذات مواضيع معينة وصفحات عن القضايا التي يعمل عليها العلماء، أما آلة تصوير التلفاز تذهب بالمشاهدين مباشرة إلى المختبر حيث تحل هذه المسائل. وقد أجري اختبار مدهش في مجال التنسيق في عمل الصحافة المحلية في هيئة التحرير في صحيفة ((الأهرام)) المصرية.

فدرست هيئات تحرير جريدة ((الأهرام)) الإذاعة المحلية والتلفاز في شباط وآذار عام 1998 قضية تنظيم التغذية العامة في المنطقة في ظروف أسبوع عمل مؤلف من خمسة أيام وفي عام 2000 قامت هذه الهيئات بجولة مشتركة في مجال البحث عن احتياطات الإنتاج واستخدامها، وفي عام 2003 في مجال إلقاء الضوء على سير الأعمال الزراعية الربيعية، وأظهرت التجربة أن فاعلية وسائل الإعلام الجماهيري ومنشور اتها قد ازدادت كثيراً نتيجة للتعاون فيما بين ناظمي الإعلام

الجماهيري، الأمر الذي انعكس إيجاباً على تحسين عمل فروع كاملة للاقتصاد الوطني. وتم الكشف بصورة رائعة عن حسنات تنسيق عمل الصحافة والإذاعة والتلفاز خلال سير المناقشة الشعبية العامة لمشروع الدستور السوري عام 1970، وبفضل العمل المشترك المتيقن لأجهزة الصحافة والإذاعة والتلفاز كان من المستطاع ضمان الحد الأقصى من المناقشة الواسعة والحرة والعملية فعلاً لمشروع القانون، وجذب ممثلي شرائح السكان كلهم إلى المناقشة، وأضحت الصحافة المعبر الحقيقي عن التجربة العلمية، وعن المعارف، وعن النشاط العملي والسياسي والاجتماعي لملايين المواطنين السوريين، وقامت الصحافة والإذاعة والتلفاز بدور المنبر الأكثر تمثيلاً للجماهير بنجاح، وكانت تطلع الناس في الوقت المناسب على جوهر المسائل التي كان يتطرق إليها الناس وعلى اجتماعات اللجان الحزبية والأهلية الموسعة بدقة، وعلى جلسات المجالس المحلية، ونشرت الاقتراحات الكثيرة والعديدة، ورسائل المواطنين والأصداء الخارجية، وفي الوقت نفسه كان التفسير متعدد الجوانب ينشر في المقالات والجديد في مشروع الدستور السوري مضمونه وأهميته بالنسبة لحياة البلاد الداخلية، وتعزيز قوى الاشتراكية والسلام والتقدم على الأرض.

وساعدت الصحافة بمقالاتها وعملها التنظيمي في الجماهير على المشاركة الواسعة للناس، في إدارة شؤون المجتمع، وعلى تحسين عمل الجهاز الحكومي، وعلى التخلص السريع من النواقص بناءً على الإرشادات النقدية من الكتاب الوطنيين النابهين ويتم القيام بالعمل المشترك على نطاق واسع بين أقسام وكالة الأنباء السورية سانا وفروعها في المناطق.

ويظهر في أيامنا هذه بصورة أوضح التوجه نحو العمل المشترك بين الصحف والإذاعة والتلفاز في كثير من البلدان العربية. إذ يتم الانتقال- أكثر فأكثر من التبادل المتعاد وللمواد- إلى الأعمال المشتركة، وبخاصة بالإضاءة المتزامنة على سير بناء المشاريع في البلدان أعضاء في مجلس التكامل الاقتصادي، ففي عام 2004

وبمبادرة من جريدة ((الأهرام)) المصرية تمت رحلة لمجموعة صحفيين موحدة من الصحف المصرية على طريق خط أنابيب الغاز المصرية نحو الشرق العربي، ونشرت المواد عن هذه الرحلة في صحيفة ((الأهرام)) (29,28 حزيران و 3,2,1 تموز عام 2004) وفي الصحف المصرية الأخرى في الدول الشقيقة، وفي آذار عام 2004 تمت رحلة مشابهة لصحفيي بلدان الخليج العربي إلى أكبر مشروع بناء إعلام في مجلس التعاون الخليجي- دبي، ونشرت أيضاً ريبورتاجات وتحقيقات مشتركة من قبل الصحفيين كلهم الذين شارك مراسلوها في هذه الجولة

والشرط الحتمي للإضاءة المشتركة المنتظمة لهذا الموضوع أو ذاك من قبل الصحيفة والإذاعة والتلفاز هو الهدف أو الشمولية لسبل الأنباء، والتوسيع المتعاقب، والإثراء لمضمون كل مقالة تالية بالمقارنة مع سابقاتها، واستبعاد نسخ المعلومات، ودعم المواقف الجريئة (الإذاعة والتلفاز) بشركاء آخرين في التنسيق، ويكمن هدف التعاضد الإبداعي للجماعات التحريرية في القدرة على تركيز اهتمام الناس على المسائل الأهم في الحياة السياسية والاقتصادية، وفي مساعدتهم على اختيار الطرق ووسائل تحقيق النتائج الأفضل بإدراك ووعي، وفي التجنيد للعمل الرائد، والاستخدام حتى النهاية لقوة الكلمة المطبوعة والمسموعة.

كيف تتحقق قيادة التنسيق؟ قبل كل شيء قام بعض قادة أو رؤساء أجهزة الصحافة، والتلفاز الإذاعة المهتمون علاقات متينة وعملية، وخلال سير المناقشة الجماعية لسبب وأساليب تنفيذ وتحقيق مقاصد الأفعال القادمة تجدد خطة للنشاط المنسق، التي تكلف بإعدادها جماعة عمل، وهذه الجماعة تشكل من ممثلين عن هيئات التحرير المتعاونة كلها ويمكن ضم إليها العاملين الاقتصاديين والعلماء والخبراء والمتخصصين إليها أيضاً، وهذه الجماعة بالذات تقوم بوظيفة المركز التعاوني (تتابع تنفيذ الخطة، وتدخل إليها التعديلات الضرورية، وتتابع فاعلية ما ينشر من مقالات وغيرها).

وإن تنسيق عمل وسائل الإعلام الجماهيري والدعاية المختلفة - من حيث طبيعتها – لا يزال قيد الإعداد، لكن - على مدى التجربة المتراكمة وتوسيع أشكال العمل المشتركة، وتعاون الصحافة والإذاعة والتلفاز آلية إدارة التنسيق على مستوى المنطقة والمحافظة والجمهور والبلد سوف تكتسب بالتدريج دائرة تنظيمية أكثر وضوحاً.

وإن الضمانة الحاسمة للنجاح في التنسيق في عمل وسائل الإعلام الجماهيري والدعاية – هي القيادة العلمية، فاللجان التحريرية – الصحفية بالذات توجه العمل المشترك وتنظمه بين الأجهزة الصحفية والإذاعة والتلفاز وتركز جهودها على حل المسائل الاقتصادية والسياسية المهمة والرئيسية، وتحلل التجربة وتعممها وتهتم بزيادة السرعة والفاعلية والنوعية وجودة العمل الإعلامي، وقد اقترحت بعض الدراسات العلمية الإعلامية – هيئات التحرير – تقوية روح العمل والدقة في المنشورات الصحفية وفي الإذاعة والتلفاز وربطها بالحياة، وبحل المسائل السياسية الاقتصادية، إن الحديث يدور عن كيفية رفع زيادة دور الصحافة في تجنيد الناس لتنفيذ الخطط، وكيفية استنهاض السعي لدى المواطنين السوريين إلى الإسهام الأقصى في الشؤون العامة المشتركة، وفي عملية التطوير والتحديث ورفع المستوى الفكري وتأثير المواد الصحفية، وتعزيز الفاعلية والسرعة في نشر المعلومات لصحيحة والدعاية لسياسة

البلاد الداخلية والخارجية، وتطلب إدخال الشغف الحقيقي والروح القتالية، والمبدئية إلى هذا العمل، وإن تحقيق هذه الأهداف هو ما يسعى إليه الأسلوب التكاملي في عمل الصحافة والإذاعة والتلفاز ونشاطها.

المراجع

- أنظر على سبيل المثال: غورديفتش.س.م: **مبادئ العمل في هيئة التحرير** موسكو 1995م تخطيط العمل في هيئة التحرير موسكو 1999م.
- **وسائل الاعلام الجماهيري في عالم متغير** موسكو1999م.
- افاناسيف .ف.غ: **الإدارة العلمية للمجتمع** موسكو 1993 ص 240
- شيفتشنكو.ا.ف: **الجوانب السيوسولوجية لعمليات تكوين السياسة الإعلامية الحكومية** موسكو 1999م.
- افاناسيف .ف.غ: مرجع سابق ص 24.
- شيراتوف .ي.ف: **الوعي الجماهيري السياسي في العالم المختصر**: أوضاعه وخصائصه موسكو 1996م.
- .نتين .ف.ل: **وسائل الإعلام الجماهيري في النظام السياسي للغرب المعاصر** موسكو 1998م.
- بونشيبتسوف .غ.غ: **الحرب الإعلامية** كيف 2000م.
- نوفابليانسكي .د: **يدعون المؤلف من أجل التفسير** موسكو 1999 ص 12.
- بروخوردف **الصحافة(السلطة الرابعة)**(وسائل الإعلام الجماهيري كمؤسسة إجتماعية) موسكو 1993.
- بروخوردف: **الصحافة والديموقراطية** موسكو 2001م.
- بوغاتشوف .ف ي: **وسائل الإعلام الجماهيري في العملية السياسية المعاصرة** موسكو 1995.

في وسائل الإعلام الجماهيري أيضاً يعمل قانون اقتصاد الوقت.

كاسيردف: **السياسة الحكومية في قطاع وسائل الإعلام الجماهيري ليس لها وجود** موسكو 2001م.

- نازاردف: **الاتصال الجماهيري في العالم المعاصر** (مرجع سابق)
- نازاردف: **الاتصال الجماهيري في العالم المعاصر** (مرجع سابق)

الفكر الإجتماعي (مواد للنقاش في روسيا موسكو) 1998م.
- سيفتش .ل.غ: شيريانفا .ا.ا: **مسائل الفاعلية في إعداد الكادر الصحفي** (مجلة بشير جامعة موسكو 1999 العدد ص 22-23)
- سيفتش .ل.غ: شيريانفا .ا.ا: **عمل الصحفي** (مرجع سابق) ص 101.
- غوردخوف .ف.م: **منهجية الإبداع الصحفي** (مجلة بشير جامعة موسكو 1993 العدد 1 ص 18)
- فيرخوفسكيا .ا.ي: **الصحافة والتعاون الجماهيري** (من كتاب الصحافة والسوسيولوجيا) موسكو 1999م.
- **الصحيفة المحلية في أنظمة الصحافة** موسكو 1997 ص 203.
- غليوتا .ا.م: يانكوفا .ز.ا: **الوثيقة الرسمية والشخصية في التحليل السوسيولوجي** 1996م.
- **الإعلام الجماهيري في مدينة صناعية معاصرة.**
- ابندورسكي .س.د: **الصحيفة تصدر مساء موسكو** 1999 ص 123-127.
- ابندورسكي .س.د: **الصحيفة تصدر مساء موسكو** 1999 ص 123-127.
- سبيرينا .ن: **الحاسوب في خدمة الصحيفة** 1998 ص 46.
- فيرخوفسكيا .ا.ي: **الصحافة والتعاون الجماهيري** (مرجع سابق)
- نوفاجيلوف .ي: **المراسل الصحفي المحلي** موسكو 1996م.



الوراق
للنشر والتوزيع



للنشر والتوزيع
الوراق

التخطيط في
هيئة التحرير







عمان - شارع الجامعة الأردنية
مقابل كلية الزراعة
تلفاكس : 00962 6 533 7798
ص.ب 1527 عمان 11953 الأردن
E-mail: info@alwaraq-pub.com
E-mail: halwaraq@hotmail.com
www.alwaraq-pub.com